Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet

DIVSI magazin

OKTOBER 2015

EU-Kommissar Günther Oettinger

Einen digitalen Binnenmarkt für Europa schaffen

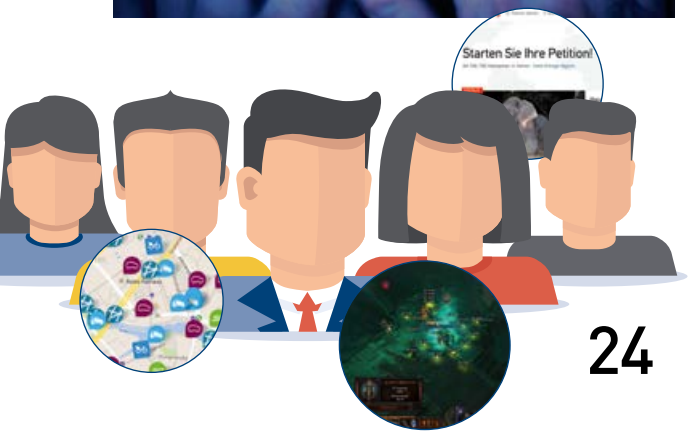
Ziel ist es, durch Vereinfachung und Harmonisierung das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmern zu gewinnen

Schwerpunktthema AGB

Informierte Einwilligung oder blinde Zustimmung?

WISIND Untersuchung

Internet-Kriminalität – für alle eine Herausforderung



Inhalt

3 Editorial
Lasogga, Oettinger und eine geschluckte Kröte

4 Inside DIVSI
Rückblicke & Ausblicke

6 Ein digitaler Binnenmarkt für Europa
Durch Vereinfachung und Harmonisierung Vertrauen gewinnen

SCHWERPUNKT AGB UND DATENSCHUTZ-HINWEISE: NEUE UNTERSUCHUNG VON DIVSI

10 Informierte Einwilligung oder blinde Zustimmung?
Gedanken zu AGB, Datenschutz, Vertrauen und Sicherheit im Internet

14 GMail, GMX, WhatsApp und das Kleingedruckte
Wie Nutzer mit den AGB von Kommunikationsdienstleistern umgehen

17 Internet-Kriminalität – für alle eine Herausforderung
Phishing, Identitätsdiebstahl, Betrug und Schadsoftware liegen an der Spitze. Boom beim IT-Sicherheitsmarkt

20 Suchmaschinen zwischen Personalisierung und Ergebnis-Vielfalt
Steigert eine Speicherung der Nutzerdaten die Effizienz? Erkenntnisse aus einer Bachelor-Arbeit

24 Im Prinzip sind alle dabei
DIVSI Studie zur Beteiligung im Internet. Die Untersuchung zeigt ganz unterschiedliche Sichtweisen in den verschiedenen Milieus

27 Aktuelle Bücher
Extra-Tipp: Smart Data – Datenstrategien, die Kunden wirklich wollen und Unternehmen wirklich nützen

Impressum

Herausgeber:
Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)
Matthias Kammer, Direktor
Mittelweg 110B
20149 Hamburg

Chefredakteur:
Jürgen Selonke (V.i.S.d.P.)

Autoren: Susanne Fittkau, Caroline von der Heyden, Günther Oettinger, Meike Otternberg, Projektgruppe „Zufallstreffer", Dr. Johannes Rieckmann, Dr. Göttrik Wewer

Realisierung:
Lohrengel Mediendesign
Schulterblatt 58
20357 Hamburg

Verbreitete Auflage:
ca. 7.500 Exemplare, Abgabe kostenlos

Titel: Stefan Zeitz

Haben Sie Fragen oder wünschen weitere Informationen?

Web: www.divsi.de
E-Mail: info@divsi.de

Anfragen DIVSI magazin:
Michael Schneider,
Leitung Kommunikation
Tel.: + 49 40 226 369 895
E-Mail: michael.schneider@divsi.de
E-Mail: presse@divsi.de

Wissenschaftliche Leitung:
Joanna Schmölz
Tel.: + 49 40 226 369 896
E-Mail: wissenschaft@divsi.de

Lasogga, Oettinger und eine geschluckte Kröte

Wer nicht aufs Tor schießt, kann auch keins erzielen. Das ist eine uralte Fußballer-Weisheit, die bei vielen Aktiven leider zunehmend in Vergessenheit geraten ist. Als leidgeprüfter Hamburger bekomme ich das fast an jedem Spieltag vor Augen geführt. HSV-Kicker Lasogga lässt grüßen.

Der Spruch hat auch im übertragenen Sinn seine Berechtigung. Was zumindest in Erfurt bekannt sein muss. Sieben Studenten, gemeinsam an einer Bachelor-Arbeit aktiv, haben in diesem Fall auf das DIVSI-Tor geschossen. Angerufen, einen Termin vereinbart, ihr Vorhaben beschrieben – und gewonnen. Mit Know-how und auch etwas finanzieller Unterstützung konnten wir ihnen helfen, ein ehrgeiziges Projekt erfolgreich zu beenden. Im Prinzip ging es um die wissenschaftliche Überprüfung verschiedener Suchmaschinen. Die wesentlichen Erkenntnisse ihrer umfangreichen Untersuchungen beschreiben sie ab Seite 20.

Wie gewinnt man einen viel beschäftigten EU-Kommissar wie Günther Oettinger als Autoren? Auch hier gilt: Wer nicht aufs Tor schießt …

Angerufen, die gewünschte Thematik skizziert – und völlig unkompliziert eine Zustimmung erhalten. Der frühere Ministerpräsident von Baden-Württemberg umreißt, wie und warum er einen digitalen Binnenmarkt für Europa schaffen möchte. Und wie durch Vereinfachung und Harmonisierung das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmen gewonnen werden soll. Der Beitrag, der nebenbei gesagt professionell pünktlich und in der gewünschten Länge eintraf, beginnt auf Seite 6.

Ein kleines Rätsel zwischendurch: Es ist im Netz überall vorhanden, immer akzeptiert und doch völlig unbekannt. Was ist das?

Logisch – die AGB von Anbietern im Internet. Eine geschluckte Kröte, denn ohne Zustimmung keine Nutzung. DIVSI arbeitet derzeit an einer umfangreichen Untersuchung der Thematik, die gegen Jahresende veröffentlicht werden soll. Als Schwerpunkt dieses Heftes darauf schon jetzt eine Einstimmung ab Seite 10. Göttrik Wewer überprüft, ob es sich beim Nutzerverhalten um eine informierte Einwilligung oder blinde Zustimmung handelt. Und eine aktuelle Umfrage, ein Aspekt der kompletten Untersuchung, nennt dazu Zahlen und Fakten.

Wer klickt übrigens an? Vermutlich jeder. Das zumindest lässt sich aus dem Ergebnis der jüngsten DIVSI-Studie ableiten. Da geht es um Beteiligung im Internet. Erkenntnis: Im Prinzip sind alle dabei. Projektleiterin Meike Otternberg präsentiert die Fakten und zeigt die unterschiedlichen Sichtweisen in den verschiedenen Milieus (S. 24).

Hoffentlich bleibt dieser steigenden Zahl von Nutzern erspart, wovor WISIND warnt: Die Zahl der Opfer von Internet-Kriminalität klettert weiter in die Höhe. Caroline von der Heyden und Johannes Rieckmann müssen Zahlen nennen, die unschön klingen. Phishing und Identitätsdiebstahl liegen dabei an der Spitze (S.17).

Dennoch: Lassen Sie sich den Spaß an den Möglichkeiten des Netzes nicht nehmen. Nur ein wenig mehr Vorsicht wäre manchmal zu empfehlen.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

Jürgen Selonke
Chefredakteur, DIVSI magazin

Blickpunkt OSZE in Wien

DIVSI-Projektleiterin Afia Asafu-Adjei nahm für das Institut an einem OSZE-Treffen zu Cybersicherheit in Wien teil. Seit 2012 existiert im Rahmen der Organisation eine entsprechende informelle Arbeitsgruppe. Im Mittelpunkt standen Diskussionen zu Trends und Bedrohungen aus der internationalen Cybersicherheit.

Cybersicherheit. Für DIVSI vor Ort: Afia Asafu-Adjei.

Milieu-Update

Für den Frühsommer 2016 ist das dritte Update der DIVSI Internet-Milieus geplant. Dieses Modell ist mittlerweile als Zielgruppenwährung im digitalen Kontext etabliert. Dabei wird erstmals die Generation 60+ gesondert untersucht, deren Bedeutung als Best Ager zunimmt. Gleichzeitig soll die Darstellung der digitalen Landschaft optimiert werden. Insgesamt wird sich nach dem Update präzise ablesen lassen, wie die deutsche digitale Gesellschaft 2016 aussieht.

Experten-Trio. Ministerin Manuela Schwesig mit Joanna Schmölz (DIVSI) und Dr. Silke Borgstedt vom SINUS Institut (von rechts).

Eine Ministerin & digitale Chancen

Berlin – Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig stellte auf der Bundespressekonferenz in Berlin gemeinsam mit Joanna Schmölz, stellvertretende Direktorin und Wissenschaftliche Leitung des DIVSI, sowie Dr. Silke Borgstedt (SINUS Institut) die „DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt" vor.

Dabei unterstrich die Ministerin die Chancen der digitalen Welt und hob Mediensozialisierung und Vermittlung von Medienkompetenz als neue gesellschaftliche Aufgabe hervor. Die Teilhabe von Kindern an der digitalen Welt hänge nicht länger von der Hardware ab, sondern sei eine Frage der Erziehung im Umgang mit dem Internet. Politik, Bildungseinrichtungen und Eltern müssten sich dieser Aufgabe gleichermaßen annehmen.

Auf ein großes Medienecho stieß die aktuelle Studie besonders angesichts der Erkenntnis, dass sich bereits Dreijährige trotz fehlender Lese- und Schreibkenntnisse mittels Icons und Bildern eigenständig im Internet bewegen.

DOWNLOAD DER STUDIE
divsi.de/publikationen/studien

Aufgespießt. Wir werten es als Auszeichnung. Harm Bengen, einer der deutschen Top-Karikaturisten, hat die U9-Studie ganz speziell kommentiert. Seit 2008 bereichern seine tagespolitischen Cartoons diverse Tageszeitungen.

Überraschung zum Convention-Ausklang: iPad für Giakoup

... und der Gewinner ist: Giakoup Giakoupoglou! Seine Karte wurde unter allen Teilnehmern der Your Net – DIVSI Convention 2015 aus dem Lostopf gefischt. Direktor Matthias Kammer überreichte ihm das Präsent: ein iPad Air 2. Und der Gewinner strahlte: „Erst zwei Tage ein Super-Meeting und obendrauf noch das – Wahnsinn!"

Über 500 junge Internet-Interessierte ab 16 Jahren hatten sich unter dem Motto „Wissen sammeln. Fragen stellen. Meinungen bilden" in Hamburg versammelt. Sie diskutierten mit Online-Experten Themen der digitalen Welt von heute und morgen.

Losglück. Giakoup strahlt, Matthias Kammer, unsere Glücksfee und Moderator Nana Domena (v.l.) freuen sich mit ihm.

Zahlreiche Workshops und Podiumsdiskussionen boten Gelegenheit, sich einzubringen in Debatten rund um das digitale Leben – zu Privatsphäre, Rechtsfragen oder Sozialen Netzwerken, zu digitalen Fallstricken, aber auch beruflichen Möglichkeiten. Einen umfangreichen Rückblick auf diesen bislang größten Internet-Kongress für junge Menschen mit Interviews der Speaker und vielen Teilnehmern unter **www.yournet2015.de**

Schlagabtausch. Jörg Klingbeil, Alexander Mankowsky, Lena-Sophie Müller, Ivo Körner und Ulrich Chiellino diskutierten in der Phoenixhalle.

Stuttgart: Infos zu Big Data und Mobilität

In der Stuttgarter Phoenixhalle diskutierten Experten den Einsatz von Big Data im Bereich der Mobilität. Insbesondere ging es um Chancen und Risiken von selbst fahrenden Autos, Verkehrsleitsystemen sowie Sammlung und Nutzung dabei anfallender Daten. Im Zentrum standen neben den technologischen Möglichkeiten und neuen politischen Handlungsfeldern vor allem die gesellschaftlichen Herausforderungen. Es war die fünfte öffentliche Veranstaltung im Rahmen des DIVSI-Projekts „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?".

Winfried Hermann, Minister für Verkehr und Infrastruktur Baden-Württemberg, stellte heraus, dass die Automatisierung der Mobilität nicht als Selbstzweck verstanden werden sollte. Beim autonomen Fahren seien beispielsweise die Reduktion von Unfällen und Klimaschäden am Gemeinwohl orientierte Funktionen. In Bezug auf anfallende Daten betonte Hermann die Rolle der Politik. Die müsse dafür Sorge tragen, dass diese geschützt und nur zu klar definierten Zwecken genutzt werden.

Voller Engagement. Minister Winfried Hermann, Staatssekretär Norbert Barthle, Prof. Dr. Nikolaus Forgó von der Leibniz Uni Hannover (v.o.).

Fotos: BMFSFJ, Frederike Heim, Harm Bengen, View Apart – Shutterstock, Stefan Zeitz (5)

Einen digitalen Binnenmarkt für Europa schaffen

Ziel ist es, durch Vereinfachung und Harmonisierung das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmern zu gewinnen.

Günther Oettinger

Die digitale Revolution verändert die Welt, in der wir leben, radikal. Damit sind aber nicht nur Online-Dienste wie Google & Co, gemeint, sondern alle wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aktivitäten, die eng mit den digitalen Netzen verknüpft sind oder sein werden. Fast alle Innovationen der letzten 20 Jahre basieren auf digitalen Technologien, selbst wenn sie in anderen Branchen stattfinden. Minimalinvasive Chirurgie wird vom Computer aus gesteuert, Fracking wird von Computermodellen simuliert, Auspark-Assistenten sind digital vernetzte Sensoren. Die digitale Wirtschaft geht weit über das hinaus, was man normalerweise mit digital assoziiert – Internet, Social Media, Tablets, Smartphones. Diese sind sicherlich sehr prägende technologische Innovationen an sich, aber sie sind auch die Instrumente, mit denen sich die digitale Welt immer weiter in die „alte" Welt ausdehnt.

Und das geschieht rasend schnell. Vor einem Jahr noch hatte kaum jemand in Europa vom Taxi-Wettbewerber Uber oder vom Privatzimmer-Vermittler „Airbnb" gehört. Heute kennt sie jedes Kind. Digitale Dienste, wenn sie erst mal existieren, können sich schnell weiterentwickeln.

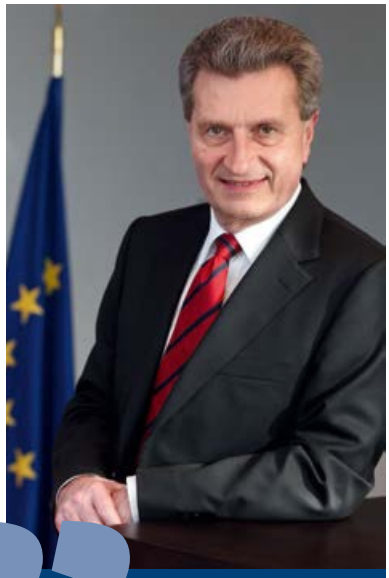
Wandel. Neue Dienste, digital basiert, verändern unsere Welt auf allen Feldern.

Einflussnahme. Sie werden sich auch kaum aufhalten lassen, selbst wenn man wollte. Höhere Effizienz, schnelleres Anpassen an Verbrauchererwartungen und so gut wie keine zusätzlichen Kosten für weitere, zusätzliche Kunden geben ihnen langfristig gesehen entscheidende Wettbewerbsvorteile.

Aber man kann ihre Entwicklung beeinflussen. Und das sollte man auch. Rahmenbedingungen einzuhalten und Steuern zu zahlen, muss auch für innovative digitale Dienste genauso selbstverständlich sein wie für alle anderen. Doch um Einfluss zu haben, muss Europa – und Deutschland – eine aktive Rolle spielen. Wir müssen die digitale Gesellschaft in Europa weiterentwickeln, denn wenn wir es nicht tun, wird dies woanders geschehen, und wir haben keine Gestaltungsmöglichkeit. Wir glauben auch, dass nur die EU die richtige Betriebsgröße hat, um die Herausforderungen der digitalen Ära zu meistern. Wenn etwa ein EU-Mitgliedsland allein ein neues Datenschutzgesetz verabschiedet, dann besteht die Gefahr, dass sich ein ausländischer IT-Konzern in einem anderen EU-Staat niederlässt, wo der Datenschutz geringer ist. Wenn wir aber in der ganzen EU einen hohen Datenschutzstandard haben, dann kann kein Unternehmen diesen ignorieren – dafür ist der Markt mit über 500 Millionen Einwohnern zu gross.

Top-Bedeutung. Die Schaffung eines digitalen Binnenmarkts ist aber auch für Unternehmen und für unsere Wettbewerbsfähigkeit von größter Bedeutung. Europäische Online-Dienste werden sich nicht entwickeln können, wenn sie an jeder nationalen Grenze ausgebremst werden. Ein bekannter Music-Streaming-Anbieter hat fünf Jahre gebraucht, um in der ganzen EU auf dem Markt zu sein. Genauso wenig kann es sein, dass ein Verbraucher auf einer italienischen oder englischen Seite eines Webshops ein Produkt bestellen will, dann aber automatisch auf die deutsche Seite umgeleitet wird, wo das Produkt teurer ist oder vielleicht gar nicht angeboten wird.

Aus all diesen Gründen wollen wir einen digitalen Binnenmarkt für Europa schaffen. Anfang Mai habe ich gemeinsam mit meinem Kollegen, dem EU-Kommissions-Vizepräsident Andrus Ansip, ein Strategiepapier dazu vorgelegt. Darin geht es nicht nur darum, eine Vision eines Binnenmarktes zu entwickeln, sondern auch um ganz konkrete Legislativvorschläge, die wir in den nächsten zwei Jahren vorlegen wollen. →



„Wir müssen die digitale Gesellschaft in Europa weiterentwickeln.

1 0 0 1 0

Foto: EU/Shimera/Etienne Ansotte, Jaromir Chalabala/Evan Lorne – Shutterstock

> Wir werden noch vor Ende des Jahres eine Gesetzesinitiative für ein modernes, europäisches Urheberrecht vorlegen.

➔ So wollen wir beispielsweise auf EU-Ebene klare und einfache Regeln für das Online-Shopping vorlegen, sei es für den Handel mit physischen Produkten, also Schuhe oder Möbel, sei es für solche mit digitalem Inhalt, also E-Books, Musik oder Apps. Ziel ist es, durch die Vereinfachung und die Harmonisierung auf EU-Ebene das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmern zu gewinnen. Denn dann werden die Verbraucher von dem Angebot, das im Internet vorhanden ist, noch viel stärker Gebrauch machen. Und Unternehmen, vor allem KMUs, werden ihre Dienstleistung oder ihre Produkte eher im Internet anbieten – auch im Ausland. Denn die Zahlen sind immer noch ernüchternd: Nur 15 Prozent der Verbraucher haben 2014 schon einmal online im europäischen Ausland eingekauft; 44 Prozent kauften im eigenen Land online ein. Und bei KMUs ist die Zahl derer, die im Internet ihre Produkte über die Landesgrenzen hinaus verkaufen, verschwindend gering: Es sind 7 Prozent.

Kostensenkung. Zweitens geht es um effizientere, erschwingliche Paketzustelldienste. Denn gerade bei der Versendung von Paketen von einem EU-Land in ein anderes sind die Zustellpreise mitunter extrem hoch. Um ein 2-kg-Paket von Belgien nach Österreich zu schicken, muss man rund 30 Euro berappen. Wenn man das gleiche Paket innerhalb Belgiens verschickt, ist es nur ein Fünftel dessen. Kein Wunder, dass bei Umfragen herauskommt, dass mehr als die Hälfte der Online-Käufe letztlich nicht zustande kommt, weil die Lieferkosten zu hoch sind.

Drittens wollen wir den Verwaltungsaufwand von Unternehmen reduzieren, der sich aus unterschiedlichen Mehrwertsteuer-Regelungen ergibt. Auch Anbieter, die materielle Waren im EU-Ausland verkaufen, sollen vom elektronischen Registrierungs- und Zahlungsverfahren profitieren können. Zudem soll es eine einheitliche Mehrwertsteuer-Schwelle geben, die Start-ups den Einstieg in das Online-Geschäft erleichtern soll.

Analyse. Für Start-ups und KMUs ist auch ein weiterer Vorschlag wichtig. Wir wollen die Geschäftsmodelle der Online-Plattformen, also der Suchmaschinen und der Sozialen Netzwerke, genauer unter die Lupe nehmen und analysieren, ob und inwieweit sie die Dienstleistungen von Konkurrenten benachteiligen, wie sie gesammelte Daten nutzen und wie Suchergebnisse zustande kommen. Sollte dies nämlich der Fall sein und flächendeckend geschehen, haben unabhängige Start-ups keine Chance, auf dem Markt Fuß zu fassen.

Industrie & Cloud.
Innovationen auch in Traditionsbranchen nutzen.

Aber auch die traditionelle Industrie und der Dienstleistungssektor, die *old economy*, kann nur erfolgreich sein, wenn sie auf die neuen, digitalen Möglichkeiten setzen. Es besteht sogar die Gefahr, dass unsere traditionell starken Industriezweige wie Maschinenbau, Fahrzeugbau, Chemie, aber auch Dienstleistungssektoren wie das Verlagswesen oder die Versicherung, ihre weltweit führende Rolle an Tech-Firmen abgeben. Ersteres und oberstes Ziel muss es daher sein, ein dynamisches „Ökosystem" zu schaffen, das Innovationen sowohl in traditionsreichen wie in neuen Sektoren erleichtert, wie es in den USA im Zusammenspiel von Investoren und Ideen existiert. Beispiel: die Cloud. Bisher machen noch zu wenig europäische Unternehmen davon Gebrauch, vor allem, da das Vertrauen in die Anwendung fehlt. Dadurch bleiben die Effizienzgewinne und das Innovationspotenzial, das durch die Verknüpfung von Cloud und Big-Data-Analyse entsteht, ungenutzt. Daher wollen wir die Cloud-Angebote, die heute schon bestehen, zertifizieren und auch einen schnellen und unkomplizier-

Zugewinne. Effektive E-Government Strukturen für die Verwaltung pushen den digitalen Binnenmarkt.

ten Wechsel zwischen Cloud-Anbietern gesetzlich vorschreiben. Dies erfordert europaweite Qualitäts- und Sicherheitsstandards, wie auch in vielen anderen Bereichen der digitalen Wirtschaft. Also mehr Europa, nicht weniger.

Anpassung. Und die Kulturschaffenden? Die Filmemacher, Redakteure, Texter? Welche Chancen haben sie auf diesem neuen, digitalen Markt? Eines ist dabei klar: Auch in diesem Bereich müssen wir den Rechtsrahmen an die neue, digitale Realität anpassen. Wir werden noch vor Ende des Jahres eine Gesetzesinitiative für ein modernes, europäisches Urheberrecht vorlegen. Das heißt nicht, dass wir das nationale Urheberrecht aushebeln wollen. Wir sind uns dessen bewusst, dass es vor allem der Filmindustrie die Einnahmen bringt, die die Produktion von Filmen erst möglich macht. Und wir werden die kulturelle Vielfalt, die wir in Europa haben, auch weiterhin unterstützen und fördern. Wir werden es aber Verbrauchern beispielsweise ermöglichen, digitale Inhalte – sei es Musik oder Filme –, die sie bei sich zu Hause per Internet heruntergeladen oder abonniert haben, auch im Urlaub in einem anderen EU-Land abzurufen. Und wir werden auch verstärkt gegen Firmen vorgehen, die im großen Stil Raubkopien machen. Das wird den Kulturschaffenden zugutekommen, die durch Raubkopien Lizenzeinnahmen entgehen.

Eine weitere, im Rahmen des Strategiepapiers zur Schaffung des digitalen Binnenmarktes vorgelegte Initiative betrifft die Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung. Auch in diesem Bereich soll das Wachstumspotenzial der digitalen Wirtschaft bestmöglich genutzt werden. So ist ein neuer E-Government-Aktionsplan vorgesehen, der unter anderem Unternehmensregister in Europa miteinander vernetzen soll. Darüber hinaus wird die Harmonisierung nationaler Systeme der öffentlichen Verwaltung geplant, damit Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger ihre Daten zukünftig nur noch ein Mal an Behörden übermitteln müssen. Durch die Kompatibilität von öffentlichen Verwaltungssystemen soll sichergestellt werden, dass Daten einmalig abgefragt und anschließend bei Bedarf unter den Behörden ausgetauscht werden. Mittels der Maßnahme, die auch als „Only once"-Initiative bekannt ist, kann der Verwaltungsaufwand um ein Vielfaches minimiert werden. So werden bis 2017 Einsparungen von rund 5 Mrd. Euro erwartet.

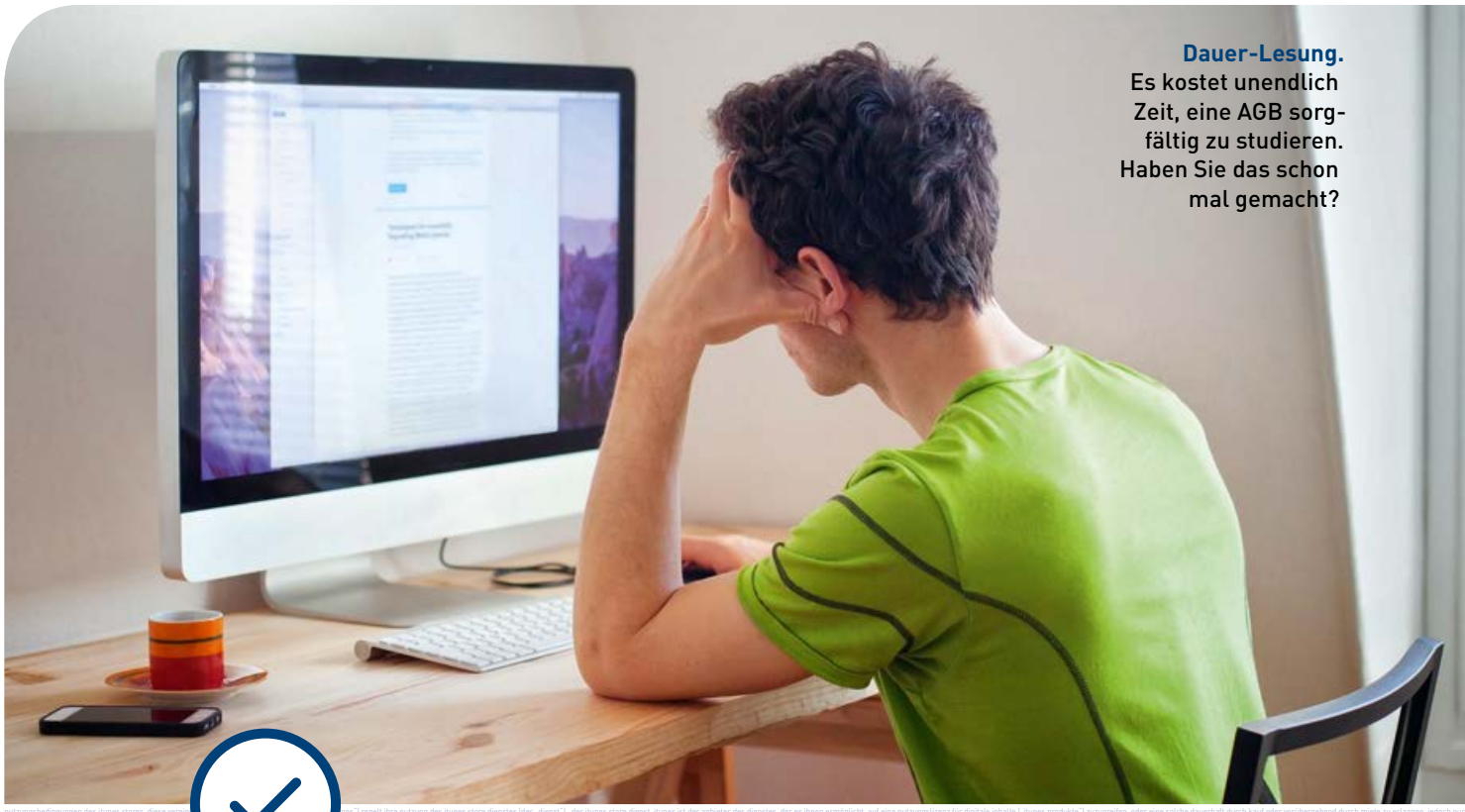
Weitere Schritte umfassen die beschleunigte Einführung der elektronischen Auftragsvergabe (E-Beschaffung) sowie elektronischer Signaturen. Die eIDAS-Verordnung stellt hier einen Meilenstein dar, der den Weg zu grenzüberschreitenden digitalen Transaktionen öffnen soll.

Weichenstellung. Die Entwicklung effektiver E-Government-Strukturen ist von zentraler Bedeutung für den digitalen Binnenmarkt in Europa. Wird dieses Vorhaben umgesetzt, so sind in den nächsten Jahren Einsparungen für die öffentliche Verwaltung und die Unternehmen, eine erhöhte Transparenz sowie mehr Partizipation der Bürgerinnen und Bürger am politischen Leben zu erwarten, um nur einige Zugewinne zu skizzieren. Das Potential der Digitalisierung in dem Feld ist enorm.

Das alles wird Europa nicht von heute auf morgen all die Vorteile bescheren, die die digitale Ära mit sich bringt. Aber wenn wir in Europa heute die richtigen Weichen stellen, dann vielleicht in ein paar Jahren. ⊡

Günther Oettinger
Der frühere Ministerpräsident von Baden-Württemberg ist seit 2014 EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft.

Fotos: EU/Shimera/Etienne Ansotte, Nataliya Hora/Tupungato – Shutterstock



Dauer-Lesung. Es kostet unendlich Zeit, eine AGB sorgfältig zu studieren. Haben Sie das schon mal gemacht?

Informierte Einwilligung oder blinde Zustimmung?

Gedanken zu AGB, Datenschutz, Vertrauen und Sicherheit im Internet.

Dr. Göttrik Wewer

Wer einen der vielen, häufig kostenlosen Dienste im Internet nutzen möchte, muss in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Anbieters einwilligen, zu denen auch die Bestimmungen zum Datenschutz gehören. Die meisten bestätigen, diese Texte gelesen zu haben, und stimmen ihnen zu, ohne das tatsächlich getan zu haben.

Nach der DIVSI-Studie „Daten – Ware und Währung" aus dem letzten Jahr gibt nur jeder Zehnte an, vor einer Entscheidung, ob er ihnen zustimmt oder nicht, die AGB genau zu lesen, wohingegen 61 Prozent der Befragten sie entweder schlicht ignorieren oder sie bestenfalls überfliegen. 18 Prozent sehen sich nach eigenen Angaben einzelne Punkte etwas genauer an, bevor sie zustimmen. Personen unter 25 Jahren entscheiden sich besonders häufig (40 Prozent) dazu, die AGB einfach zu ignorieren, um ihnen direkt zuzustimmen.

Blindes Anklicken. Interessant ist, was die Befragten über andere Nutzer denken. 90 Prozent sind davon überzeugt, dass die meisten anderen die AGB ignorieren oder allenfalls grob überfliegen. Nur drei Prozent glauben, dass die anderen Nutzer einzelne Punkte genauer lesen, und nur ein Prozent glaubt, dass die kompletten Geschäftsbedingungen von irgendjemandem genau gelesen werden.

Nach dieser Umfrage, die das DIVSI aktuell wiederholt (hat), unterschreiben die weitaus meisten also nahezu „blind" die jeweiligen AGB. Das mag man falsch finden, aber dafür gibt es durchaus Gründe – und zwar nicht nur subjektive Gründe, die in der Person des Nutzers liegen, sondern auch objektive Gründe, die sich aus der Natur der Sache ergeben. Nach der Studie finden fast drei Viertel der

… Wörter haben die deutschen AGB des Online-Versandhändlers Amazon. Wer das gelesen hat? Auf jeden Fall die Juristen des Unternehmens. Vielleicht auch nur die …

Nutzer die AGB fast immer so lang und kompliziert, dass man sie gar nicht komplett lesen und verstehen könne, und fast zwei Drittel der Befragten sagen, dass ohnehin kein Nutzer überprüfen könne, ob die AGB eingehalten werden. Dass man nicht frei in seiner Entscheidung sei, da man den AGB zustimmen müsse, wenn man das Angebot nutzen wolle, sagen 83 Prozent der Befragten. Allerdings stimmt auch jeder Zweite der Aussage zu, dass es jedem selbst überlassen bleibe, ob er den AGB zustimmen möchte oder das ablehnt. Dann müsste man jedoch auf dieses Angebot verzichten.

Lesen überflüssig? Die mangelnde Kontrolle, ob die Anbieter ihre eigenen AGB einhalten, wäre nur dann ein Problem, wenn diese massenhaft und vorsätzlich dagegen verstoßen würden. Das ist nicht sehr plausibel. Zum einen sollen die AGB ja gerade eine nahezu ungehinderte Verwertung aller anfallenden Daten rechtlich absichern, sodass förmliche Verstöße dagegen praktisch kaum vorkommen können, und zum anderen wären die Firmen nicht klug beraten, durch Verstöße gegen die eigenen Regeln das Vertrauen ihrer Kunden zu gefährden und Prozesse zu riskieren. Außerdem könnte nur der kontrollieren, ob gegen die AGB verstoßen wird, der sie gelesen und verstanden hat. Wer sie „blind" unterschreibt – und das sind die weitaus meisten –, würde gar nicht merken, wenn gegen die AGB verstoßen werden sollte.

Es ist nicht nur auf Desinteresse, Faulheit oder Naivität zurückzuführen, wenn AGB gar nicht gelesen werden, sondern durchaus rational. Vier Gründe lassen sich dafür anführen:

- AGB sind meistens **umfangreich**, sodass es relativ viel Zeit kosten würde, sie von Anfang bis Ende zu studieren;
- AGB sind meisten **unverständlich**, da sie von Juristen für Juristen und nicht für Menschen ohne eine entsprechende Ausbildung geschrieben sind;
- AGB sind nicht selten **widersprüchlich**, da sie oftmals viele Querverweise enthalten und an manchen Stellen etwas zulassen, was an anderer Stelle (scheinbar) ausgeschlossen worden war;
- AGB sind durchweg **unverhandelbar**, d.h., der Nutzer hat keine Optionen, sich so oder anders zu entscheiden, sondern kann dem Ganzen nur pauschal zustimmen oder es lassen („Friss oder stirb").

Verträge – und das sind Allgemeine Geschäftsbedingungen de facto –, die man nicht individuell aushandeln, sondern nur unterschreiben kann, gar nicht erst zu lesen, ist durchaus rational. Das spart Zeit, und Zeit ist bekanntlich Geld. Wenn das Angebot, das sie gerne nutzen möchten – und sei es, weil es auch die Freunde alle nutzen –, besonders attraktiv erscheint, dann sind viele auch bereit, „Kröten zu schlucken", also zu akzeptieren, dass der Anbieter mit den Daten, die bei der Nutzung anfallen, im Grunde machen kann, was er will. Warum sollte man sich über etwas aufregen, das man eh nicht ändern kann? Alle Argumente, die danach vorgetragen werden („machen doch alle", „noch nie was passiert" usw.), dienen nur dazu, die getroffene Entscheidung, die von dem Wunsch getragen wurde, diesen Dienst unbedingt nutzen zu wollen, im Nachhinein zu rationalisieren und das schlechte Gewissen zu beruhigen. Dass sie sich auf etwas einlassen, das sie nicht wirklich übersehen, ist den meisten, die AGB blind ➔

… und weg damit! Häkchen dran oder Unterschrift – schon ist alles anerkannt. Es wird schon gut gehen!

Foto: Ditty_about_summer/ProStockStudio – Shutterstock

Nutzungs-Vielfalt. Jeder nutzt seine mobilen Geräte anders. Eines ist gemeinsam: Alle haben eine AGB akzeptiert.

→ unterschreiben, durchaus bewusst, wie die DIVSI Studie erneut bestätigt hat. Aber was soll man machen?

Die meisten lesen AGB schon deshalb nicht, weil das viel zu viel Zeit kosten würde. Wer für alle Dienste, die er im Internet nutzt, die AGB studieren wollte, würde dafür 76 Arbeitstage im Jahr benötigen, hat mal jemand berechnet. Andere kommen auf noch weit höhere Zahlen. Abzuwägen, wofür man seine kostbare Arbeitszeit einsetzt, ist durchaus rational. Wer will schon Zeit verschwenden, um Texte zu lesen, die schwer zu lesen und noch schwerer zu verstehen, aber letztlich nicht zu ändern sind?

Wer meint, AGB nicht lesen zu müssen, den wird man nur schwer überzeugen können, sein Verhalten zu ändern. Zumal man dieses Verhalten rational gut begründen kann. Haben aber immerhin die wenigen, die nicht schnell anklicken, mit allem einverstanden zu sein, sondern die AGB wirklich lesen, eine Chance, tatsächlich zu verstehen, worauf sie sich einlassen? Leider spricht auch dafür wenig. Die besten Chancen haben noch Menschen, die Juristen sind und Informatiker und sich außerdem noch mit den Geschäftsmodellen der Datenverwertung auskennen. Deren Zahl ist in Deutschland aber sehr überschaubar.

Keinen Schimmer. Wer verstehen will, worauf er sich einlässt, müsste nicht nur gelernt haben, mit komplizierten juristischen Texten umzugehen, sondern auch richtig einschätzen können, in welchem Kontext die AGB stehen, was also die Anbieter mit den Daten alles vorhaben. Wer davon keinen Schimmer hat, kann die AGB noch so oft studieren und wird doch nicht begreifen, was passiert, wenn er ihnen zugestimmt hat. Dieses doppelte Dilemma ist nicht auflösbar.

Die meisten scheint das offenbar nicht zu stören. Wenn aber alle mit dem Zustand, den wir haben, zufrieden sind – und nur die Datenschützer wie immer meckern, aber auch nichts ändern –, warum sollte man sich damit überhaupt beschäftigen? Zwei Gründe könnte es geben, nach diesem Befund nicht einfach zur Tagesordnung überzugehen: Der erste Grund, warum man sich nicht mit der Erkenntnis begnügen sollte, dass die meisten Nutzer AGB beim bes-

NEWS

E-Government spielt kaum eine Rolle

Berlin – Umfrage: Kein wichtiger Punkt für Bürgerzufriedenheit

Nach einer Umfrage des Statistischen Bundesamtes sind Deutschlands Bürger mit der öffentlichen Verwaltung überwiegend zufrieden. Auffällig: Nur wenige der Befragten fanden E-Government-Angebote für die Zufriedenheit wichtig. Befragt wurden insgesamt über 5000 Bürger.

Insgesamt werden E-Government-Angebote nur von 30 Prozent als wichtig angesehen. Dieser Wert steigt allerdings in den Bereichen, von denen überwiegend die jüngere Gene-

Lieber analog. E-Government ist vielen Bürgern (noch) nicht wichtig.

ration betroffen ist. Dazu gehören etwa Führerschein, Ausbildung und Studium. Auf einer Skala von –2 (sehr unzufrieden) bis +2 (sehr zufrieden) liegt der Gesamtindikator insgesamt bei 1,06. Das teilte Roderich Egeler, Präsident des Statistischen Bundesamtes, mit. Besonders zufrieden zeigte man sich mit den behördlichen Dienstleistungen bei einer Eheschließung (1,46), anders bei Arbeitslosigkeit (0,37).

Für 95 Prozent der Befragten ist das Vertrauen in die Behörde ein maßgeblicher Faktor für Zufriedenheit. Wichtig auch: Fachkompetenz (91 Prozent), Diskriminierungsfreiheit (90 Prozent) und Unbestechlichkeit (78 Prozent). Öffnungszeiten sind immerhin für 66 Prozent der Befragten wichtig für die Zufriedenheit.

> Wer meint, AGB nicht lesen zu müssen, den wird man nur schwer überzeugen können, sein Verhalten zu ändern.

ten Willen nicht verstehen können, ist der, dass unser Recht auf der Annahme beruht, dass das alle können. Wenn das, was hier vorgetragen wurde, zutreffen sollte, dann wäre das eine Illusion. Konstrukte wie „informationelle Selbstbestimmung" und „informierte Einwilligung", die für den Datenschutz prägend sind, hätten dann keine Grundlage in der Realität. Das „Internet der Dinge", wo wir nicht mehr nur mehr oder weniger bewusst Daten in Geräte eingeben, sondern die Geräte melden, was wir gerade tun, dürfte diese Konstrukte noch stärker unterspülen.

Der zweite Grund, weshalb es sich lohnen könnte, über Wege aus dem Dilemma nachzudenken, lautet: Vertrauen. Etliche Umfragen deuten darauf hin, dass die Menschen den AGB zwar zustimmen, weil sie bestimmte Dienste gerne nutzen möchten, den Anbietern dabei aber nicht über den Weg trauen. Das ist auf die Dauer kein guter Zustand. Eine Mehrheit geht davon aus, dass ihre Daten – mit oder ohne Zustimmung – weiterverwendet werden; kostenlose Angebote werden zwar eindeutig bevorzugt, aber viele würden doch gerne genauer wissen, welcher Verwertung ihrer Daten sie eigentlich zugestimmt haben.

Aufklärungspflicht. Dass Anbieter, die Millionen von Nutzern haben, AGB nicht mit jedem einzeln aushandeln können, liegt auf der Hand. Aber zwischen den beiden Extremen – keine Mitsprache, jede Mitsprache – sind Lösungen denkbar, die praktikabel sein könnten. Neben einer stärkeren Aufklärungspflicht, wie sie etwa auch für Ärzte vor medizinischen Eingriffen gilt, könnte man die Nutzer wählen lassen, ob sie mit Daten oder mit Geld bezahlen wollen, man könnte drei oder fünf AGB-Varianten anbieten, sodass sich Nutzer immerhin für das kleinste Übel entscheiden könnten, oder man könnte die einzelnen Abschnitte jeweils mit einer Ampel versehen, bei der auf Rot, Gelb oder Grün geklickt werden kann. Alle diese Modelle wären noch keine volle informationelle Selbstbestimmung, aber sicher besser als der Zustand, den wir derzeit haben: wo der Datenschutz Schimären folgt.

Hin und wieder müssen sich die Nutzer aber auch an die eigene Nase fassen: Der britische Online-Shop „Game Station" schrieb aus Jux einen ganzen Tag in seine AGB, jeder, der etwas bestelle, verkaufe damit zugleich seine Seele an den Shop: Keiner der mehr als 7.500 Kunden beschwerte sich.

Dr. Göttrik Wewer
ist Vice President E-Government bei der Deutsche Post Consult GmbH.

NEWS

Kampf dem Verbrechen: Kongress Cybercrime

Düsseldorf – Internationale Veranstaltung gegen eine Dauergefahr.

Das Ministerium für Inneres und Kommunales Nordrhein-Westfalen (MIK NRW) will mit dem „Kongress Cybercrime" Verantwortliche aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Polizei, Justiz und Zivilgesellschaft zum Informationsaustausch und zum Networking zusammenbringen. Die Veranstaltung ist geplant für den 21. Oktober in Düsseldorf.

Neben NRW-Innenminister Ralf Jäger werden u.a. Prof. Dieter Kempf, Mitglied des Nationalen Cybersicherheitsrates, und Eugene Kaspersky, CEO von Kaspersky Lab, erwartet. Im Fokus steht dabei auch eine hochkarätig besetzte Diskussionsrunde zum Thema: „Wie kann sich die Gesellschaft, die Wirtschaft, der Einzelne gegen Cybercrime schützen? Welchen Stellenwert hat die ‚Innere Cyber-Sicherheit', und was muss dafür getan werden?"

Eugene Kaspersky. Einer der weltweit bekanntesten Experten für IT-Sicherheit.

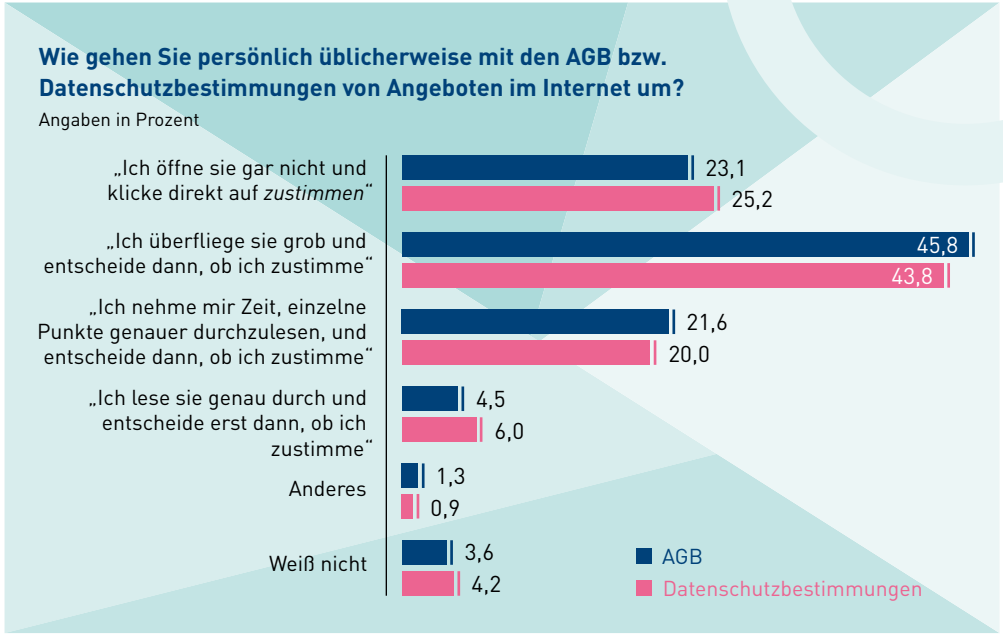
Die Gefahr von Cybercrime ist mittlerweile eine der größten Bedrohungen für unser zunehmend digitalisiertes Leben geworden. Die Kriminellen profitieren von der fortschreitenden Digitalisierung und nutzen technische und menschliche Schwachstellen aus. Die in Deutschland verursachten Schäden sind im weltweiten Vergleich gemessen am Bruttoinlandsprodukt mit am höchsten.

Foto: CC BY-SA 3.0/Wikimedia, Maksim Shmeljov/Olimpik - Shutterstock

GMail, GMX, WhatsApp und das Kleingedruckte

Wie Nutzer mit den AGB von Kommunikationsdienstleistern umgehen.

Susanne Fittkau



Allgemeine Geschäftsbedingungen und Datenschutzhinweise von Anbietern im Internet": Kaum einer hat die seitenlangen Texte jemals gelesen. Doch jeder klickt sie bestätigend an, denn ohne läuft gar nichts. Wer bestimmte Dienste und Services nutzen will, ist zur Zustimmung gezwungen. Das Kleingedruckte bei populären Messengern wie WhatsApp oder bei E-Mail-Diensten wie GMail, GMX & Co ist immer (akzeptiert) dabei.

DIVSI hat diese für viele Nutzer unerfreuliche Situation zum Anlass für eine Untersuchung genommen, die zum Jahresende veröffentlicht werden soll. Zu dieser Arbeit gehört auch die aktuelle Umfrage „AGB und Kommunikationsdienstleistungen im Internet". Dieser Beitrag umreißt wesentliche Erkenntnisse der bundesweit Internet-repräsentativen Online-Befragung.

Das Telefon war gestern – heute ist das Internet für breite Teile der Bevölkerung der meistgenutzte Kommunikationskanal. 98 Prozent der Internet-Nutzer in Deutschland im Alter ab 14 Jahre setzen E-Mail-Dienste wie GMail, GMX oder Web.de FreeMail ein. Daneben haben Messenger, allen voran WhatsApp, aber auch kleinere Dienste wie Threema, einen festen Platz in der Kommunikationslandschaft erobert: Drei Viertel der Internet-Nutzer verwenden sie bereits; in der Altersgruppe der unter 20-Jährigen sind es sogar über 90 Prozent. Die

Nutzung dieser Kommunikationsdienste setzt grundsätzlich eine Registrierung seitens der Nutzer voraus – und damit auch eine Zustimmung zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und Datenschutzbestimmungen der Anbieter. Somit haben praktisch alle Internet-Nutzer schon einmal dem „Kleingedruckten" von Kommunikationsdienstleistern zugestimmt.

Widersprüchliches Verhalten. Kann man aus diesem bereitwilligen, weitverbreiteten Akzeptieren per Mausklick schließen, dass die Nutzer mit der aktuellen Situation im Bereich AGB und Datenschutzbestimmungen insgesamt einverstanden sind? Die Ergebnisse der aktuellen Internet-repräsentativen Umfrage zeigen ein anderes Bild:

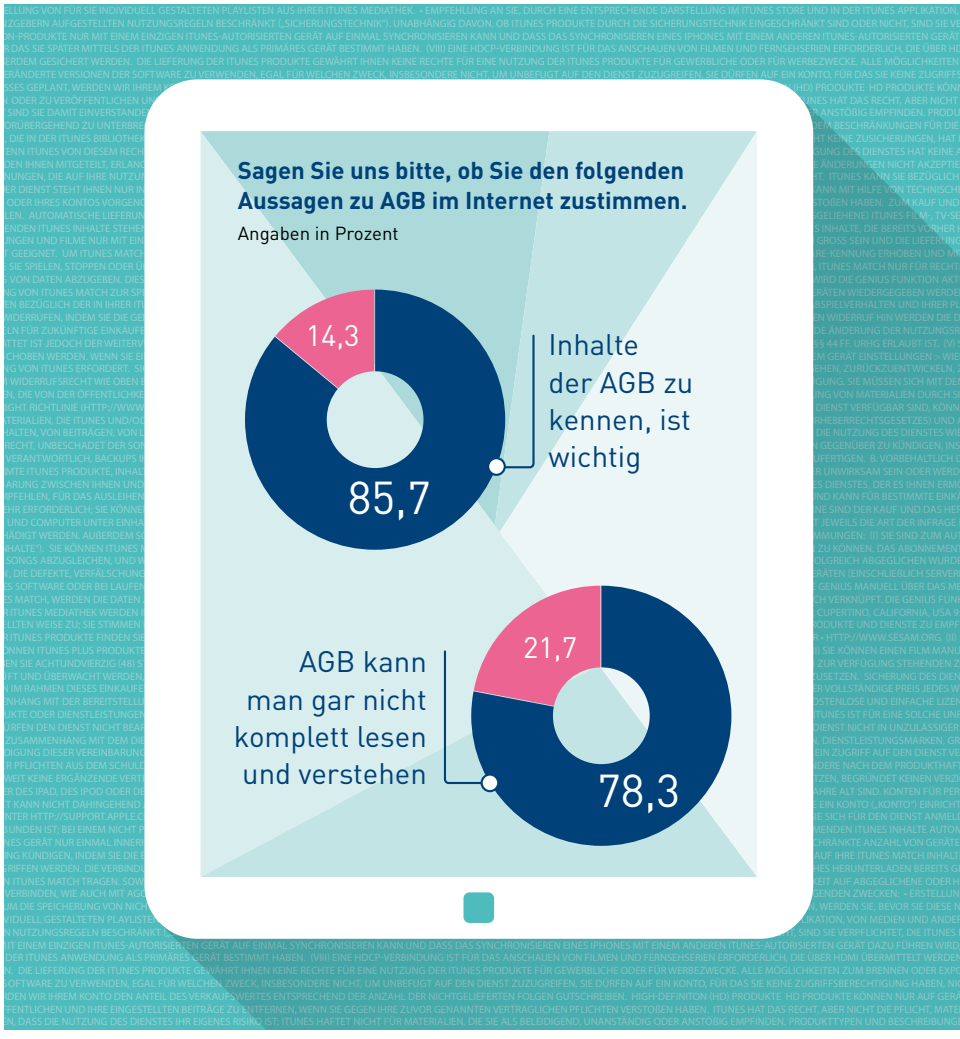
Die deutliche Mehrheit ist überzeugt, dass es wichtig ist, die Inhalte von AGB zu kennen: Mehr als 80 Prozent der über 1000 Befragten stimmen dieser Aussage zu – junge wie ältere, weibliche wie männliche User. Doch gleichzeitig bemängeln fast ebenso viele (ungefähr drei Viertel), dass es nicht möglich sei, AGB vollständig zu lesen und zu verstehen.

Diese Diskrepanz spiegelt sich auch in dem widersprüchlichen Verhalten der Nutzer wider: Trotz der wahrgenommenen Relevanz von AGB und Datenschutzbestimmungen befassen sich nur wenige eingehend mit ihnen. Die allermeisten, insgesamt gut zwei Drittel der Befragten, lesen sie entweder gar nicht und klicken direkt auf den „Zustimmen"-Button (etwa jeder Vierte), oder sie überfliegen den Text nur grob, bevor sie zustimmen (über 40 Prozent). Je jünger ein Nutzer ist, desto größer ist dabei die Wahrscheinlichkeit, dass der Mausklick getreu dem Motto „TL;DR" (too long; didn't read) ohne vorheriges Lesen der AGB bzw. Datenschutzbestimmungen erfolgt.

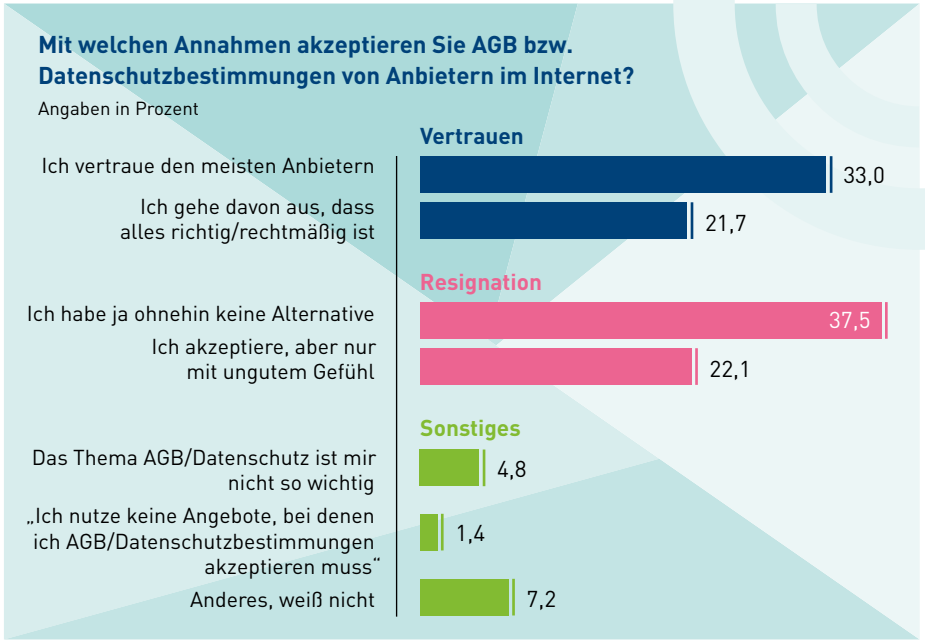
Vertrauen und Resignation. Was sind die Gründe für dieses widersprüchliche Agieren? Unter welchen Voraussetzungen bzw. Annahmen stimmen die Nutzer von E-Mail-Diensten und Messengern den AGB zu, ohne über deren Inhalte genau informiert zu sein? Bei dieser Frage ist die Internet-Nutzerschaft nicht einer Meinung und teilt sich in zwei nahezu gleich große Lager: auf der einen Seite in die „Resignierten", die keine Alternative sehen bzw. ihre Zustimmung nur mit einem unguten Gefühl geben. Auf der anderen Seite die „Vertrauensvollen", welche davon ausgehen, dass im Bereich AGB schon alles rechtmäßig/richtig geregelt sein wird, bzw. die den Anbietern grundsätzlich vertrauen. Weniger als 5 Prozent zählen zur Gruppe derer, denen das Thema AGB/Datenschutzbestimmungen „nicht so wichtig" ist.

Somit zählt heute jeder zweite Internet-Nutzer zu jenen AGB-Akzeptanten, die resigniert zustimmen, da sie sich in einer Situation der Alternativlosigkeit →

> Es ist nicht möglich, eine AGB vollständig zu lesen und zu verstehen.



Fotos: frikota – Shutterstock



Resignation. Ein ungutes Gefühl ist beim Umgang mit den AGB deutlich stärker ausgeprägt als das Vertrauen zu den Anbietern.

Über 90 Prozent der Internet-Nutzer in Deutschland sehen bei den AGB einen Optimierungsbedarf.

→ sehen: Auf der einen Seite sind ihnen AGB und der Schutz ihrer persönlichen Daten sehr wichtig. Auf der anderen Seite akzeptieren sie per Mausklick das aus ihrer Sicht unverständliche Kleingedruckte, ohne dessen Inhalte en Detail zu verstehen und ohne die Konsequenzen wirklich beurteilen zu können – mit dem Ziel, die gleichen populären Kommunikationsdienste nutzen zu können wie ihr Bekanntenkreis.

Optimierungspotenzial. Kann diese Situation den Anbietern von Online-Kommunikations-Services gleichgültig sein? Möglicherweise ja. Zumindest dann, wenn sie zu den führenden Anbietern zählen und über Mitgliedermangel nicht klagen können. Doch wer sich steigende und zufriedene Mitgliederkreise zum Ziel gesetzt hat, sollte reagieren. Denn Datenschutzbedenken schrecken viele Internet-Nutzer ab. Mehr als 60 Prozent der User haben aus diesem Grund bereits auf die Nutzung eines Dienstes verzichtet bzw. die Nutzung beendet.

Besteht hier tatsächlich Handlungsbedarf? Aus Sicht der Internet-Nutzer durchaus. Mehr als 90 Prozent sehen Optimierungsbedarf – der sich zudem positiv auswirken würde: Über 70 Prozent würden AGB und Datenschutzbestimmungen bereitwilliger zustimmen, wenn diese besser und leichter verständlich aufbereitet wären.

Erreicht werden könnte dies nach Meinung der Nutzer am besten durch kürzere Texte sowie eine einfachere Sprache. Auch eine übersichtlichere optische Gestaltung des Seitenlayouts wird als zielführend erachtet. Kurz: Was die Internet-Nutzer von AGB und Datenschutzbestimmungen erwarten, sind Nutzerfreundlichkeit und Verständlichkeit auf hohem Niveau. ⊡

WEITERE INFORMATIONEN AUF www.divsi.de

Susanne Fittkau
ist Geschäftsführerin des Online-Marktforschungsunternehmens Fittkau & Maaß Consulting.

Internet-Kriminalität – für alle eine Herausforderung

Phishing und Identitätsdiebstahl liegen an der Spitze.

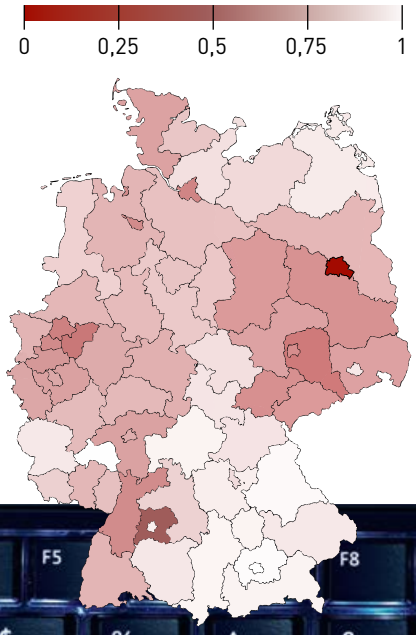
Caroline von der Heyden, Dr. Johannes Rieckmann

Zur Darstellung der Lage und Entwicklung der Kriminalität in Deutschland wird üblicherweise die Polizeiliche Kriminalitätsstatistik (PKS) herangezogen. Diese bildet ausschließlich das sogenannte Hellfeld ab – also die Fallzahlen von der Polizei durch Anzeige oder eigene Ermittlungen bekannt gewordenen Straftaten. Um diese Darstellung für eine Auswahl von Delikten zu erweitern, die besonders viele Bürger direkt betreffen, förderte das Bundesministerium für Bildung und Forschung von 2012 bis 2015 ein besonderes Projekt: Gemeinsam entwickelten das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) und das Brandenburgische Institut für Gesellschaft und Sicherheit (BIGS) ein „Wirtschaftswissenschaftliches Indikatorensystem zur Messung von Sicherheit und Sicherheitswirtschaft in Deutschland" – kurz WISIND.

WISIND berücksichtigt die Schweregrade mittels verschiedener Gewichtungsverfahren und schätzt das „wahre" Kriminalitätsaufkommen durch Integration des Dunkelfeldes. Das System bildet die objektivierte Lage einerseits sowie das subjektive Empfinden der Bevölkerung andererseits ab; und zeigt Unterschiede über Raum – auf Kreis-, Regionen- und Länderebene – und Zeit. Ergänzend hierzu wurde vom BIGS die Sicherheitswirtschaft in Deutschland mithilfe einer Bestandsaufnahme näher beleuchtet und die Entwicklung im Zeitablauf verfolgt. Ein Aspekt, dem wegen seiner stark ansteigenden Bedeutung besondere Aufmerksamkeit geschenkt wurde, ist die Internet-Kriminalität.

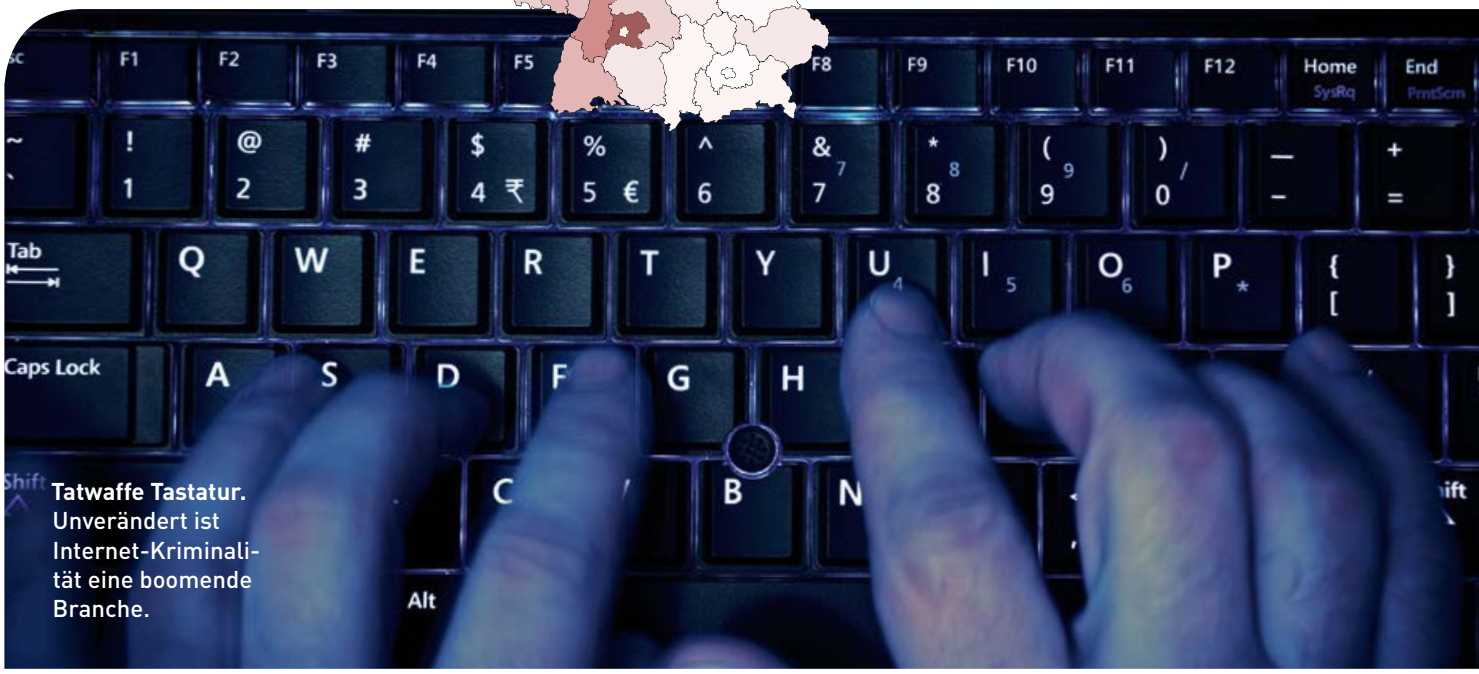
Furchtindikator – Bevölkerungsbasiert/Regionen

Stand 2013, beispielhafte geografische Darstellung aus dem WISIND-Projekt



Quelle: sicherheitsindikator.de

Schwer fassbar. Im Vergleich zu anderen Deliktbereichen, die häufiger in der Öffentlichkeit und vor Zeugen stattfinden (z.B. Körperverletzung) oder deren Schäden oft versichert sind (z.B. Wohnungseinbruchdiebstahl), gelangen Fälle von Internet-Kriminalität den Strafverfolgungsbehörden oft nicht zur Kenntnis – und bleiben so in der PKS unsichtbar. Erst recht im Dunkeln bleiben die über die Gesamtbevölkerung insgesamt ➔



Tatwaffe Tastatur. Unverändert ist Internet-Kriminalität eine boomende Branche.

Foto: frikota/Ventura – Shutterstock

→ entstandenen Schäden. Abhilfe schaffen repräsentative Umfragen, sogenannte Dunkelfeld-Studien. Bislang wurden diese in Deutschland fast nur regional durchgeführt. Eine Ausnahme bildet die im Rahmen des Verbund-Forschungsprojektes „Barometer Sicherheit in Deutschland" (BaSiD) durchgeführte Erhebung, die allerdings keinen Fokus auf durch Internet-Kriminalität entstandene finanzielle Schädigungen legte. Bisherige Erfassungen finanzieller Schäden durch Internet-Kriminalität nahmen in erster Linie Unternehmen ins Visier.

Im Rahmen des WISIND-Projektes wurden daher bundesweit über 12.000 Privathaushalte zu ihren Opfererfahrungen und Bedrohungswahrnehmungen sowie zu entstandenen finanziellen Schäden in den Jahren 2012 bis 2014 telefonisch befragt. Exemplarisch wurden dabei vier typische Bereiche der Internet-Kriminalität ausgewählt, die Bürger betreffen. Konkret sind dies Identitätsbetrug, Phishing, Angriffe mit Schadsoftware (die nicht folgenlos abgewehrt werden konnten) sowie Waren- und Dienstleistungsbetrug via Internet.

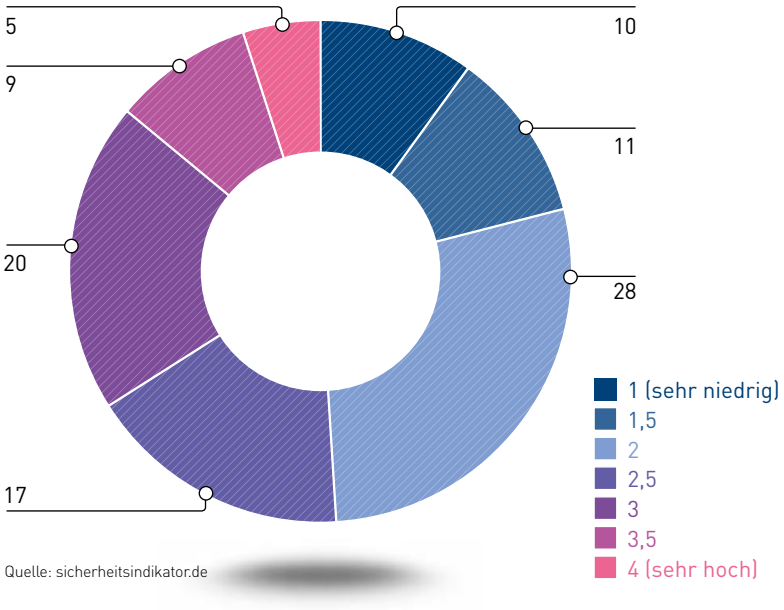
Schadensanstieg. Die Fallzahlen aus der Stichprobe wurden auf einen durchschnittlichen Jahreswert und die Gesamtbevölkerung um- und hochgerechnet. Die Schätzung beläuft sich auf mehr als 14,7 Millionen Fälle im Jahr – wohlgemerkt bereits allein für die vier betrachteten Beispieldeliktgruppen. Zum Vergleich: Die PKS wies im Jahr 2013 lediglich 64.426 Fälle aus dem Bereich Informations- und Kommunikations-Kriminalität aus. Gut ein Fünftel der Befragten gab an, innerhalb der drei abgefragten Jahre Opfer geworden zu sein – nicht selten sogar mehrfach. Als fallzahlenmäßig am bedeutsamsten erwies sich in der Befragung Schadsoftware mit fast zwei Dritteln der Fälle, gefolgt von Betrug (16 Prozent), Identitätsdiebstahl (14 Prozent) und Phishing (7 Prozent). Ein gutes Drittel der Befragten äußerte die Befürchtung, im kommenden Jahr Opfer von Internet-Kriminalität zu werden – deutlich mehr als bei Eigentumsdelikten oder körperlichen Übergriffen.

Ohne Berücksichtigung von Versicherungsleistungen und sonstigen Entschädigungen liegt Phishing mit einem Schaden von über 800 Euro pro Fall an der Spitze. Es folgen Identitätsdiebstahl mit gut 400 Euro, Betrug mit knapp 240 Euro und Schadsoftware mit etwas weniger als 130 Euro. Für Letztere konnten die entstandenen Schäden nicht vergleichbar gut wie bei den anderen Delikten erfragt werden, daher beschränkte sich die Befragung auf eine Erfassung der Folgen: Die Antwort-Optionen umfassten von der sofortigen Neutralisierung der Bedrohung (weder als Fall betrachtet noch mit einem Schaden assoziiert) über dauerhaften Datenverlust und längere Reparatur auch Gerätezerstörung. Diesen Ereignissen wurden dann angenommene durchschnittliche Schadenshöhen zugeordnet: 0 Euro für Datenverlust, 50 Euro für eine längere Reparatur und 500 Euro für ein Ersatzgerät. Die sich ergebenden Summen sind vermutlich noch konservativ geschätzt.

Basierend auf den Angaben zur Opferwerdung sowie zu den durch die jeweiligen Fälle entstandenen Schäden wurden die Gesamtschäden überschlagen. Hierdurch wurde zum einen die Gesamtdimension deutlich, zum anderen ändert sich die Reihenfolge der Bedeutsamkeit der Deliktgruppen im Vergleich zum reinen Auszäh-

Risikowahrnehmung Internet-Kriminalität (2014)

Angaben in Prozent



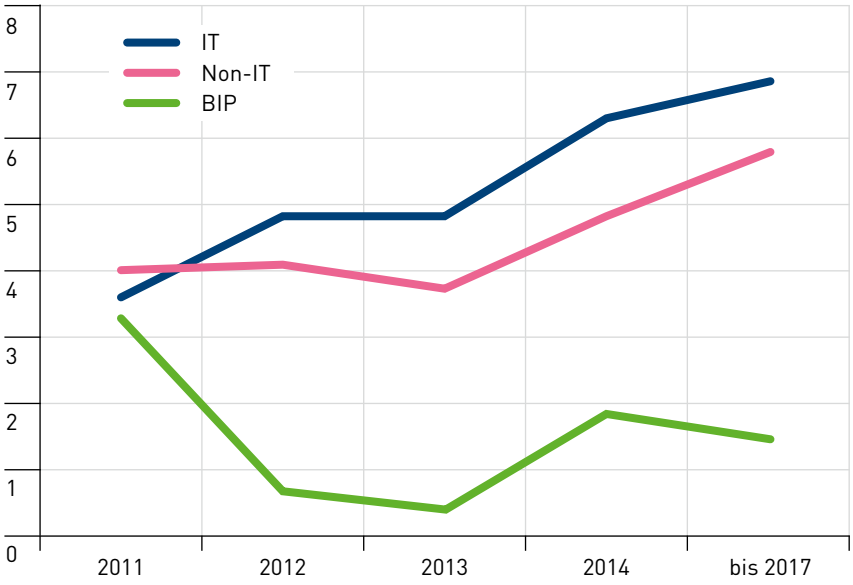
Quelle: sicherheitsindikator.de

> Phishing liegt mit einem Schaden von über 800 Euro pro Fall an der Spitze.

Fotos: Creative Stall/Oxlock – Shutterstock, privat

Wachstum der IT- und Non-IT-Sicherheitswirtschaft in Deutschland

Angaben in Prozent



Quelle: Die Sicherheitswirtschaft in Deutschland 2014 – Wachstum und Wandel – Trends seit 2012.

len von Fallzahlen. An der Spitze rangiert weiter die Schadsoftware – mit einem geschätzten direkten Gesamtschaden von fast 1,2 Milliarden Euro. Das entspricht in etwa 14,70 Euro pro Bundesbürger im Jahr – wenn man nicht nur die Opfer einberechnet, sondern die Last auf die Schultern aller verteilen würde. Es folgen Identitätsdiebstahl mit fast 900 Millionen Euro, Phishing mit fast 800 Millionen Euro sowie Betrugsdelikte mit fast 580 Millionen Euro Gesamtschaden. Allein die vier genannten Teilbereiche der Internet-Kriminalität verursachen also Privatleuten um die 3,4 Milliarden Euro Schaden – das entspricht 0,1 Prozent des Bruttoinlandsproduktes. Das ist zwar nicht ganz in der gleichen Liga wie die Schäden, die Unternehmen entstehen (KPMG beispielsweise schätzte diese in 2013 und 2014 auf jährlich etwa das 8-Fache, siehe www.kpmg.com/DE/de/Documents/e-crime-studie-2015.pdf). Aber allein für den Bereich Phishing deuten die Schätzungen aus dem WISIND-Projekt auf Schäden, die die vom Bundeskriminalamt (PKS-basiert) erfassten Summen um den Faktor 50 übersteigen. Aus Großbritannien liegen Schätzungen in ähnlicher Größenordnung vor, andere – teilweise aus der Sicherheitswirtschaft publizierte – Studien übertreffen sie noch um ein zweistelliges Vielfaches.

Reaktionen. Im Zuge der mit der Digitalisierung entstandenen Internet-Kriminalitätsdelikte und des Anstiegs von Cyber-Bedrohungsformen, wie bspw. Hackerangriffe auf kritische Infrastrukturen (KRITIS), sind auch die Ausgaben für die Bereitstellung von Cybersicherheit gestiegen. Neben den speziell zur Cyberabwehr geschaffenen staatlichen Organen ist ein umfangreicher IT-Sicherheitsmarkt entstanden. Auch in Deutschland stellt der IT-Sicherheitsmarkt einen wachsenden Wirtschafts- und Forschungszweig dar, der eine wesentliche Rolle bei der Bereitstellung von Schutz vor Bedrohungen aus dem Cyberraum für die gesamte Gesellschaft spielt.

In den vom BIGS durchgeführten Marktstrukturerhebungen zur „Vermessung der Sicherheitswirtschaft" wurden knapp 6000 Unternehmen in der Sicherheitswirtschaft identifiziert, befragt und die Ergebnisse analysiert. Demnach ist der IT-Sicherheitssektor seit der ersten telefonischen Befragung in 2012 um knapp 20 Prozent gewachsen – d.h., heute sind mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen ganz oder teilweise im Bereich IT-Sicherheit tätig. Die Online-Befragungen der Projektfolgejahre haben ergeben, dass die IT-Sicherheitswirtschaft mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 6,3 Prozent einen Wachstumstreiber innerhalb der Sicherheitsbranche darstellt

Die steigende Nachfrage nach IT-Sicherheit ist auch ein Indiz dafür, dass die Berichterstattung über die NSA-Affäre („Snowden-Effekt") bei Bürgern und Unternehmen mutmaßlich zu einer stärkeren Sensibilisierung geführt und die Bereitschaft zu mehr Investitionen in diesen Bereich gefördert hat. In 2014 gaben insgesamt 60 Prozent (knapp 50 Prozent in 2013; unter 20 Prozent in 2012) der befragten Unternehmen (unabhängig von ihrer Branchenzugehörigkeit) an, dass IT-Sicherheit zu einem entscheidenden Zukunftstrend im Sicherheitsbereich wird, wobei insbesondere Datenschutz und Netzwerksicherung eine prägnante Rolle spielen. Das für die Folgejahre zu erwartende Wachstum der IT-Sicherheitswirtschaft von 6,9 Prozent ist nicht zuletzt auch zurückzuführen auf die Neubewertung von Aufwendungen für F&E, die nach der aktuellsten Studie des Bundeswirtschaftsministeriums zukünftig als Investitionen definiert und rechnerisch zu einem Anstieg der Bruttowertschöpfung der Branche führen werden.

Entscheidungsfindung. Sowohl das WISIND-Indikatorensystem als auch die Analyse der Sicherheitswirtschaft können nicht nur für zukünftige empirische Sicherheitsforschung ein zentrales Element darstellen. Vielmehr wurden damit umfangreiche, transparente und robuste Messkonzepte geschaffen, welche die langfristige sicherheitspolitische Entscheidungsfindung für Politik, Verwaltung und Wirtschaft unterstützen können.

Caroline von der Heyden ist Junior Research Fellow am Brandenburgischen Institut für Gesellschaft und Sicherheit in Potsdam.

Dr. Johannes Rieckmann ist Post-Doc in der Abteilung Entwicklung und Sicherheit am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin.

Suchmaschinen zwischen Personalisierung und Ergebnis-Vielfalt

Google und die Internet-Suche: Speicherung der Nutzerdaten zur Steigerung der Effizienz? Erkenntnisse einer Bachelorarbeit an der Uni Erfurt.

Projektgruppe „Zufallstreffer“

Die gezielte Suche nach Informationen hat sich in der Zeit digitaler Medien auf das Internet verlagert. Rund 82 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen Suchmaschinen mindestens einmal wöchentlich zu Informationszwecken. Diese durchkämmen die scheinbar unendliche Weite des Internets nach relevanten Informationen und strukturieren diese mittels ihrer Rankingalgorithmen für den Nutzer.

Unangefochtener Marktführer in der Suchmaschinenbranche ist Google. Im Jahr 2014 nutzten rund 95 Prozent der Deutschen in ihrer alltäglichen Recherche hauptsächlich Google. Der Suchmaschinengigant stellt aber nicht nur Informationen bereit, sondern sammelt auch aktiv Nutzerdaten. Jeder einzelne Click wird gespeichert. Seit 2009 werden speziell persönliche Nutzerdaten des einzelnen Users dazu genutzt, ihm individualisierte Suchergebnisse, die gezielt auf seine Interessen zugeschnitten sind, auszugeben – dieser Mechanismus wird als personalisierte Suche bezeichnet.

Einseitige Perspektive. Dabei sehen Internet-Aktivisten und Wissenschaftler wie Eli Pariser und Miriam Meckel die Gefahr, dass sich der Nutzer während seiner Suche in einen zunehmend selbstreferentiellen Raum begibt, der nur noch eine einseitige Perspektive auf gesellschaftlich relevante Themen zulässt. Doch nicht nur die Individualisierung der Suchergebnisse beeinflusst, welche Informationen dem Nutzer im Netz auf den vorderen Rängen des Ergebnisprotokolls angezeigt

werden. Es besteht die Annahme, dass die stetige Steigerung der Effizienz der Rankingalgorithmen, welche mittlerweile in der Lage sind, Informationen minutiös nach Relevanz zu sortieren, zu einer geschmälerten Informationsvielfalt bei der Suchmaschinenrecherche führt.

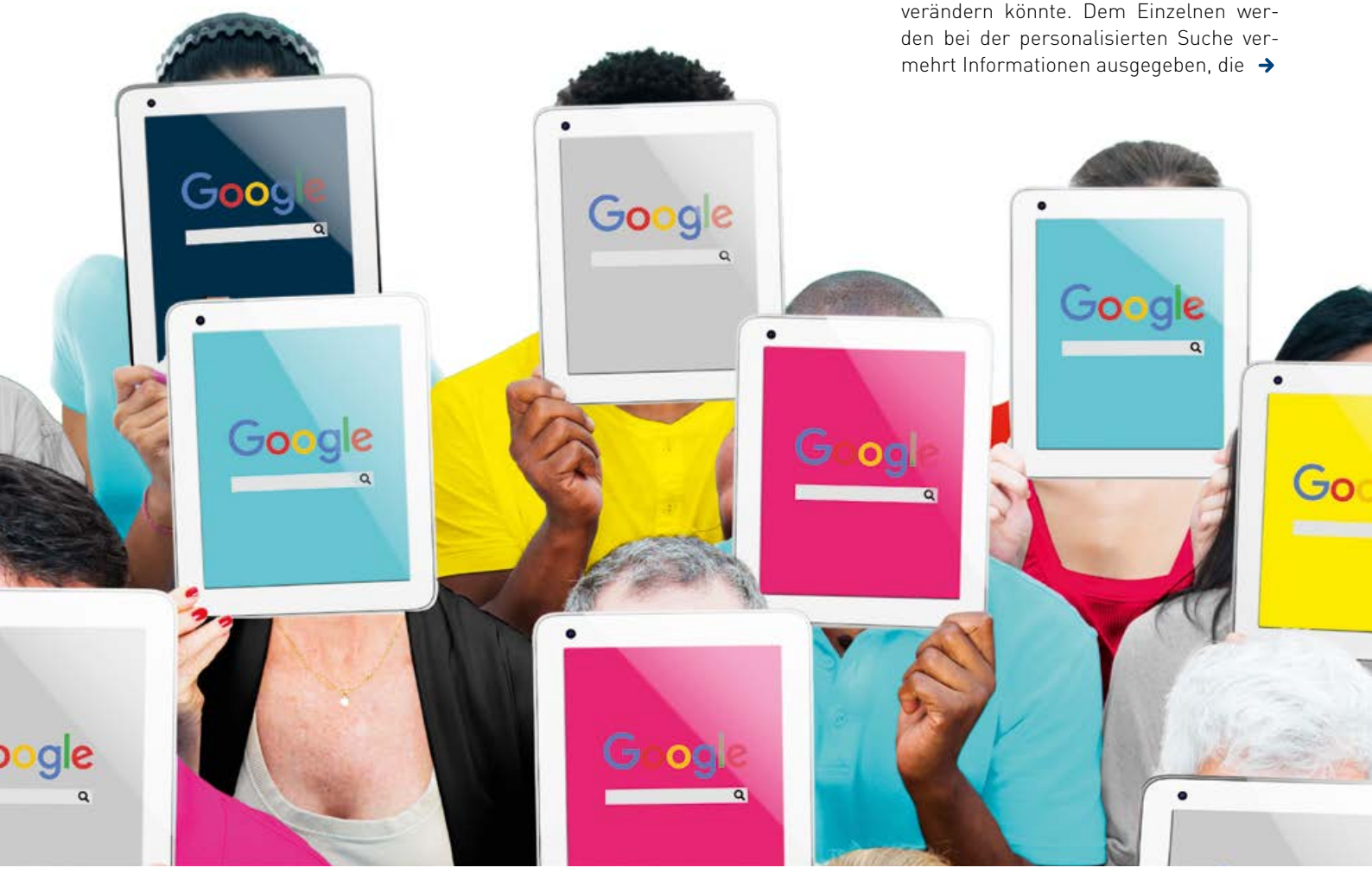
Wie genau verändert die Personalisierung unsere Suchergebnisse, und vor allem: Welche Auswirkungen haben diese Veränderungen auf den Wissenserwerb des Nutzers bei der Suchmaschinenrecherche?

Ziel erreicht. Mit DIVSI-Unterstützung schloss die „Projektgruppe Zufallstreffer" – Gina Cimiotti, Benedikt Gutheil, Göran Kügler, Helena Ott, Kerstin Staufenbiel, Lydia Weber, Patrick Williams – ihre Bachelorarbeit erfolgreich ab.

Beeinflussung. Diesen Fragen haben wir uns im Rahmen unserer Bachelorarbeit an der Universität Erfurt ein Jahr lang theoretisch und empirisch gestellt. In unserer Projektgruppe „Zufallstreffer", einer Gruppe aus sieben Studenten mit der Betreuung durch Prof. Dr. Patrick Rössler, war es unser Ziel, zu untersuchen, inwiefern personalisierte Suchergebnisse den Wissenshorizont der Nutzer zu gesellschaftlich relevanten Themen beeinflussen. Das DIVSI unterstützte uns mit seiner Fachkompetenz in Sachen Internet-Nutzung bei unserem Forschungsvorhaben und übernahm auch die finanzielle Partnerschaft für unser Projekt.

Herangewagt an dieses zunächst sehr sperrige Thema haben wir uns insbesondere, weil wir der Meinung sind, dass eine durch Personalisierung individualisierte Internet-Recherche den Zugang zu Informationen im Netz grundsätzlich verändern könnte. Dem Einzelnen werden bei der personalisierten Suche vermehrt Informationen ausgegeben, die →

Foto: Rawpixel – Shutterstock,



Die Google-Nutzung führt nicht zu einer eingeschränkten Perspektive auf gesellschaftlich relevante Themen.

→ seinen Interessen entsprechen. Das wiederum beeinflusst auch die Makroebene. Denn es besteht die Theorie, dass sich durch die individuelle Filterung der Suchergebnisse eine Fragmentierung der Informationsräume ergibt und so auf politischer Ebene die Basis zum gesamtgesellschaftlichen Diskurs geschmälert wird. Weil eben nicht mehr davon auszugehen ist, dass im Netz jeder mit den gleichen Informationen konfrontiert wird.

Ziel unseres Forschungsprojektes war es, diese theoretisch gebildeten Annahmen einem Realitätscheck zu unterziehen: Lassen sie sich empirisch bestätigen? Dabei standen die drei Einflussfaktoren Personalisierung, Effizienz und Vielfalt der Suchergebnisse sowie deren Auswirkungen auf das Wissen des Suchenden im Fokus.

Um diese Einflussfaktoren gezielt zu testen, wurden die Google-Ergebnisse den Ergebnissen der Suchmaschinen DuckDuckGo und StartPage gegenübergestellt, beides Suchmaschinen, die auf eine Speicherung der Nutzerdaten und damit eine Personalisierung der Ergebnisse verzichten. StartPage greift zwar auf den Google-Rankingalgorithmus zurück, verschlüsselt aber die Herkunft der Suchanfrage, sodass eine Personalisierung nicht möglich ist. DuckDuckGo arbeitet mit einem eigenen, weniger hoch entwickelten Ranking.

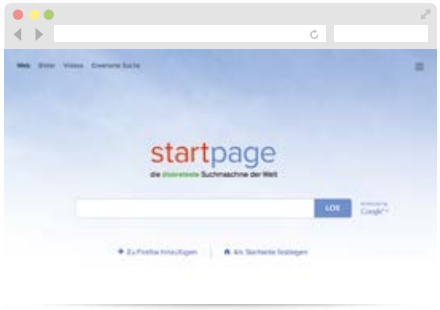
Auswirkungen. Durch diese beiden Vergleichsgrößen sollte ermittelt werden, ob StartPage durch den Verzicht auf personalisierte Ergebnisse und DuckDuckGo durch ein zudem weniger effizientes Ranking eher in der Lage sind, eine umfassende Perspektive zu bestimmten Suchthemen zu bieten als Google. Während sich bisherige Studien vor allem auf den Nachweis von personalisierten Suchergebnissen beschränkten, wendete sich dieses Forschungsprojekt gezielt den Auswirkungen der personalisierten Suche auf den Wissenshorizont des Nutzers zu gesellschaftlich relevanten Themen zu.

Suchergebnisse. Schmälert Personalisierung die Basis zum gesamtgesellschaftlichen Diskurs auf politischer Ebene?

Zwei Vorstudien. Die Fragestellungen, inwiefern personalisierte Suche sowie effiziente Relevanzordnung der Ergebnisse und die damit verbundene limitierte Vielfalt sich auf den Wissenshorizont des Rezipienten auswirken, wurden durch eine empirische Untersuchung überprüft. Zwei Vorstudien dienten dazu, Art und Ausmaß des Einflusses Personalisierung auf die Suchtreffer zu eruieren und zu ermitteln, welche Ergebnisprotokolle der drei vorgestellten Suchmaschinen der subjektiven Relevanzordnug der Probanden am ehesten entsprechen.

Die Haupterhebung bestand aus einer Vorher- und Nachher-Befragung, mit einem dazwischenliegenden experimentelles Treatment in Form einer dreitägigen Suchaufgabe zum Thema Flüchtlinge. Dabei wurde bei drei Probandengruppen sowohl das Wissen zum Suchthema abgefragt als auch die Wahrnehmung des Ergebnisrankings. Die Suchaufgabe wurde von der ersten Experimentalgruppe mit Google, von der zweiten mit StartPage und von der Dritten mittels DuckDuckGo durchgeführt, um im Nachhinein vergleichen zu können, wie die technischen Unterschiede der Suchmaschinen sich unterschiedlich auf den Wissenserwerb der Gruppen auswirken.

Aufzeichnung. Dabei wurden die Bildschirme der Probanden, mit deren Einverständnis, mittels einer Bildschirmaufnahme aufgezeichnet. Die Daten, die daraus hervorgingen, zeigten, wie die Probanden aus den jeweiligen Ergebnisprotokollen der unterschiedlichen Suchmaschinen Treffer ausgewählt hatten. Auf Grundlage dieser Informationen war es möglich, mittels fokussierter Interviews die Probanden gezielt nach der persönlichen Wahrnehmung der Unterschiede innerhalb



Alternativen. Können StartPage und DuckDuckGo eine nutzenswerte Alternative zu Google sein?

der Ergebnisprotokolle der drei Suchmaschinen zu befragen.

Die Ergebnisse zeigen, dass nur 6 Prozent der Probanden Google für ein vertrauenswürdiges Unternehmen halten. Dennoch können sich nur 36 Prozent der Probanden vorstellen, die Suchmaschine in Zukunft zu wechseln, um Personalisierung zu entgehen. Wenige Probanden wissen, wie die personalisierte Suche funktioniert. Rund 30 Prozent haben nicht einmal eine Vorstellung davon, wie solche Suche ihre Suchergebnisse verändert.

Selektion. Dennoch zeigen die zentralen Ergebnisse: Die Google-Nutzung führt nicht zu einer eingeschränkten Perspektive auf gesellschaftlich relevante Themen. Die Experimentalgruppe, die Google genutzt hatte, verzeichnete den größten Wissenszuwachs zum Thema Flüchtlinge. Und das, obwohl gemessen wurde, dass dem Nutzer durch Personalisierung und den hoch entwickelten Rankingalgorithmus bei Google weniger Vielfalt innerhalb der Ergebnisse zur Verfügung steht. Dass sich die größere Vielfalt innerhalb der Ergebnisse nicht positiv auf einen differenzierten Wissenszuwachs auswirken konnte, liegt in der individuellen Selektionsentscheidung des Nutzers begründet.

So ist davon auszugehen, dass der Nutzer nur Treffer wählt, die ihm relevant erscheinen, und alternative Treffer, die eine zusätzliche Perspektive bieten könnten, eher außen vor lässt. Diese Erkenntnis bildet auch den Ansatzpunkt für mögliche Anschlussstudien, die sich der Frage widmen sollten, welche Faktoren für die individuelle Selektion des Nutzers verantwortlich sind.

Obwohl sich innerhalb dieser Studie nicht bestätigte, dass die Google-Nutzung zu einer Einschränkung des Wissenserwerbs führt, ist es dennoch sinnvoll, alternativen Suchmaschinen mehr Beachtung zu schenken.

Diese bieten dem Nutzer nachweislich mehr Vielfalt und die Möglichkeit der freien Recherche, ohne dass die Ergebnisse schon nach unseren Nutzerdaten vorgefiltert werden. Zudem zeigte die Befragung der Probanden, dass sie zwischen den Suchmaschinen keine Unterschiede in der Qualität oder dem schnellen Finden von Fakten feststellen konnten.

Doch wer in Zukunft unbeobachtet recherchieren möchte, hat also eine Möglichkeit: Er kann sich bewusst nicht personalisierenden Suchmaschinen, wie DuckDuckGo oder StartPage, zuwenden und damit verhindern, dass jeder getätigte Klick von den Suchmaschinenbetreibern mitverfolgt und gespeichert wird.

NEWS

Fachlicher Austausch immer wichtiger

München – Cyber-Dialog beleuchtet Chancen und Herausforderungen

Der Bedarf an einem fachlichen Austausch zwischen Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Behörden zum Thema Digitalisierung und Cybersicherheit ist riesig. Das zeigte sich bereits 2014 bei der Premiere des Münchner Cyber Dialogs.

Am 21. Oktober veranstalten die Cyber Akademie und der Behörden Spiegel die Konferenz jetzt zum zweiten Mal (Marriott Hotel München). Der Schwerpunkt liegt auf den Herausforderungen, denen sich die deutsche Wirtschaft vor dem Hintergrund des Digitalisierungsprozesses zu stellen hat. Im Vergleich zum Vorjahr ist festzuhalten, dass die Digitalisierung stärker Einzug in das Bewusstsein und das Handeln der Akteure aller Bereiche gefunden hat. Dieses gilt besonders für das Sicherheitsbewusstsein. Der Münchner Cyber Dialog 2015 wird die Herausforderungen, besonders jedoch die Chancen der Digitalisierung, beleuchten. Diskutiert wird auch, ob und unter welchen Bedingungen ein „digitales Wirtschaftswunder" in Deutschland und Europa möglich ist.

Schwungvoll. Staatssekretärin Dorothee Bär referiert über die Chancen der Digitalisierung.

Dorothee Bär, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, hält den Eröffnungsvortrag: „Digitaler Wandel: Chancen der Digitalisierung nutzen".

Foto: davooda/filipw/rkl_foto/TristanBM – Shutterstock, DerHexer/Wikimedia/CC BY-SA 3.0 de, ToKo

Beteiligung im Internet: Im Prinzip sind alle dabei!

Neue DIVSI Studie zeigt ganz unterschiedliche Sichtweisen in den verschiedenen Milieus.

Meike Otternberg

Deutsche Internet-Nutzer sind auf einer Reihe von Feldern aktiv im Netz dabei. Sie nutzen es für Teilhabe an Kultur, Bildung, Gesundheit und Wirtschaft. Häufig findet Beteiligung im wirtschaftlichen Kontext statt, aber auch in Verbindung mit Hobbys oder für zivilgesellschaftliche Anliegen. So lautet ein Kernergebnis einer neuen qualitativen DIVSI-Untersuchung, realisiert mit den Experten des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen im Rahmen des DIVSI-Forschungsprogramms „Beteiligung im Internet".

Gleichzeitig macht die Studie deutlich, dass Beteiligung im politischen Bereich eine eher untergeordnete Rolle spielt. Nur wenige setzen sich im Internet für politische Anliegen ein, indem sie Kommentare schreiben, Parteien folgen, in politischen Foren diskutieren oder E-Petitionen unterzeichnen. Es sind wenige, die sich digital an Politik beteiligen und sie auf diesem Weg beeinflussen oder verändern wollen.

Wer, wie, wann, warum? Doch was verstehen die Internet-Nutzer eigentlich unter Beteiligung im Internet? Wer ist wie und mit welcher Absicht dabei? Die aktuelle Studie zeigt hier eine enorme Bandbreite. Sie beginnt bei der Vorstellung, dass bereits reines Online-Sein Beteiligung ist. Zitat: „Ich finde, man ist immer dann beteiligt, wenn man, wie z.B. bei einem Computer, auf das Internet-Symbol klickt. Weswegen ich die letzten Tage am Internet beteiligt war."

Auf der anderen Seite gibt es jene, die unbedingt auf den kreativen, produktiven Aspekt Wert legen. Demnach beteiligt sich nur, wer etwas schafft, ergänzt oder verändert: „Damit sich jemand beteiligt, müsste man bloggen, in Foren Hilfestellung geben und versuchen, in irgendeiner Art und Weise Spenden zu sammeln, also in irgendeiner Weise im Netz aktiv sein."

Eindeutig zeigt die Studie, dass die Nutzer zwischen „aktiver" und „passiver" Beteiligung differenzieren. Das Aufnehmen von Informationen oder die Nutzung von Diensten, ein bloßes Herumsurfen sind Formen „passiver Beteiligung". Man ist irgendwie Teil unserer digitalen Lebenswelt, ohne aber selbst etwas zu leisten. Dennoch scheint auch eine passive Beteiligung nicht unwichtig. Allein durch die Nutzung des Mediums und seiner Angebote tragen die „passiv Beteiligten" dazu bei, dass diese bestehen können.

Im Unterschied dazu verlangt aktive Beteiligung einen höheren Aufwand und ist durch ein Mehr an Eigenverantwortung geprägt. Die Gruppe der „aktiv Beteiligten" trägt nachhaltig zur Ergänzung des Internets bei, etwa durch Kommentare in einem Forum. Solche Äußerungen können eine Diskussion beflügeln, wertvoller machen – und auf diese Weise auch das Internet insgesamt.

Auch negative Beteiligung ist ein Thema. Denn im globalen Netz lassen sich auch für zwielichtige Projekte und Ideen Anhänger finden. Es bestehen bei Internet-Nutzern außerdem Ängste, durch Unachtsamkeit im Internet ggf. mit den falschen Anliegen in Verbindung gebracht zu werden.

Datenspuren. Beteiligung im Internet bedeutet immer auch, dass man genau dadurch Datenspuren hinterlässt. Diese werden umso sichtbarer, je stärker das Engagement des Einzelnen ist. Die Untersuchung hat gezeigt, dass sich die Nutzer darüber im Klaren zu sein scheinen. Zitat: „Umso öffentlicher ich mitmache, desto angreifbarer mache ich mich."

Bei einer Beteiligung muss man sich also zwangsläufig exponieren und wird so angreifbar für Kritik, Beleidigungen, Mobbing, Verfolgung oder Überwachung. Um sich von solchen negativen Auswirkungen nicht beeinflussen zu lassen, brauchen die Nutzer Vertrauen in die persönliche und

Fotos: venimo – Shutterstock, Anbieter-Websites

auch technische Sicherheit, in die eigenen Kompetenzen, in den Anstand anderer Nutzer und in die Durchsetzbarkeit rechtlicher Spielregeln.

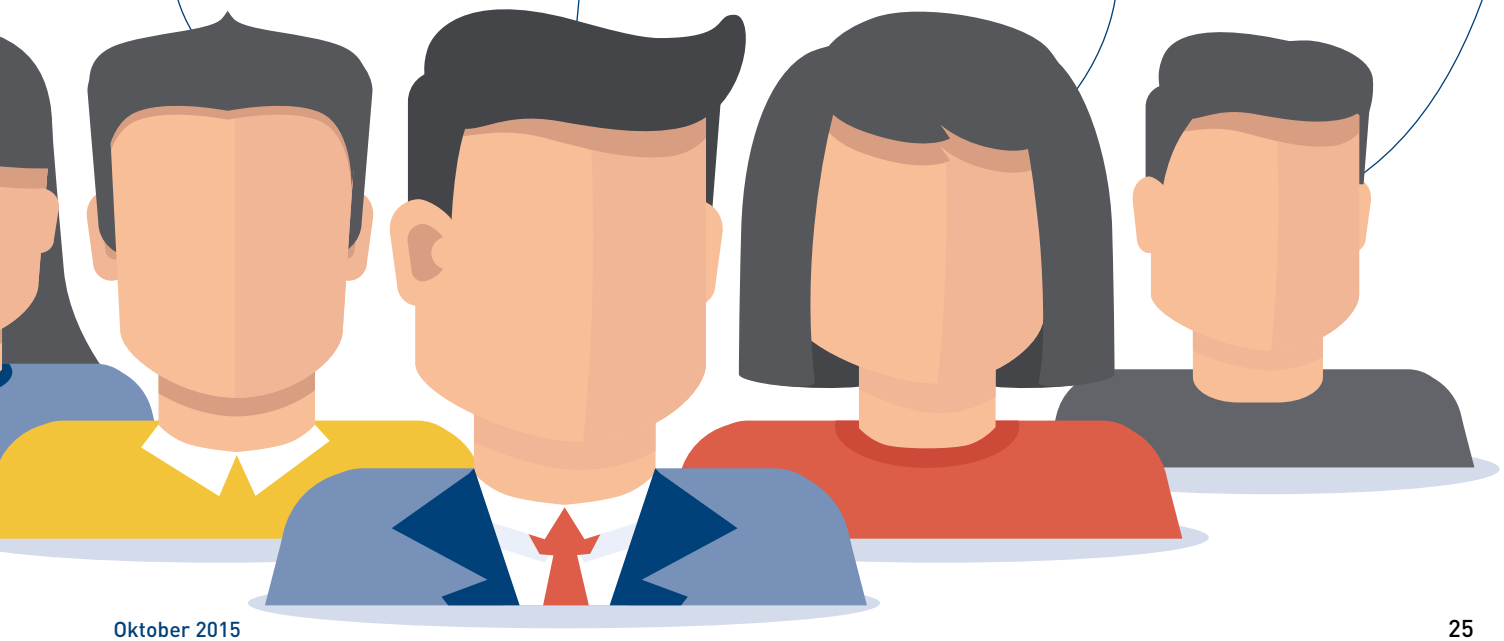
Viele Nutzer scheinen dieses Vertrauen zumindest bislang nicht aufzubringen. Deshalb können und wollen sie nur bedingt von den möglichen Vorzügen einer Beteiligung im Internet profitieren.

Um ein fundiertes Verständnis von Beteiligung in den (digitalen) Lebenswelten deutscher Internet-Nutzer zu gewinnen, wurden diese auf Basis der sieben DIVSI Internet-Milieus befragt. Die Milieus sind Ausprägungen einer Typologie, die Menschen nach sozioökonomischen Merkmalen, aber auch nach ihren Einstellungen gegenüber dem Internet und ihren Nutzungsgewohnheiten unterscheidet. Im Prinzip differenzieren die Milieus die Bevölkerung in drei Cluster: Digital Natives, Digital Immigrants und Digital Outsiders. Innerhalb dieser Gruppierungen gibt es weitere Spezifizierungen.

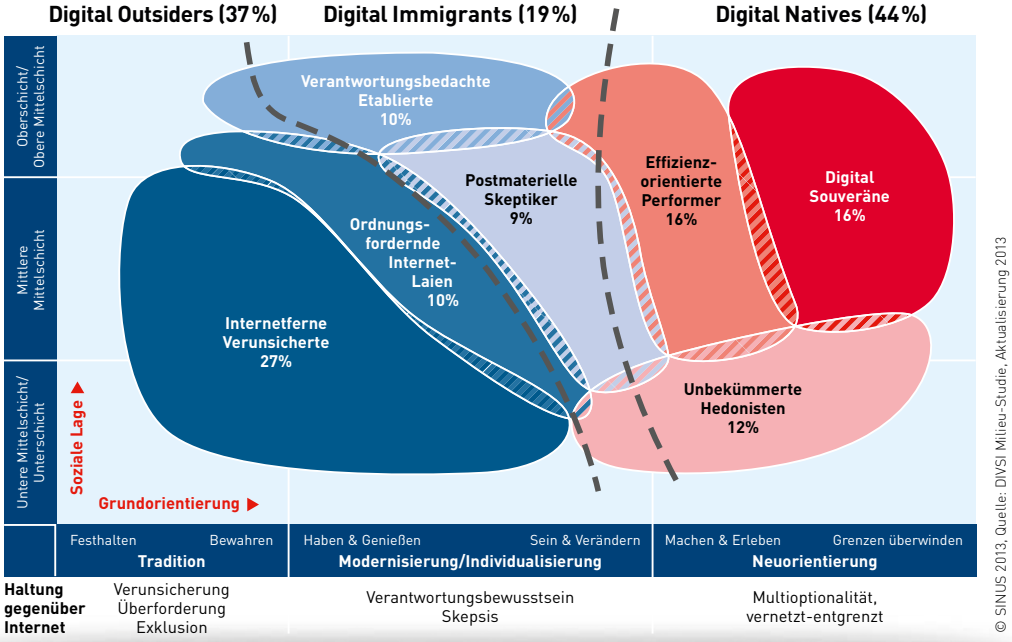
> Viele profitieren nur bedingt von den Vorzügen einer Beteiligung im Internet.

Angekommen. Grundsätzlich ist – so zeigt die Untersuchung – Beteiligung im Internet nicht nur bei den Digital ➜

Bandbreite. Beteiligung im Internet kann vieles sein: von Petitionen, über Infos, Austausch von Rezepten bis zum Klatsch.



Studien-ansatz. Die Untersuchung baut auf den DIVSI Internet-Milieus auf.



© SINUS 2013, Quelle: DIVSI Milieu-Studie, Aktualisierung 2013

→ Natives und den Digital Immigrants angekommen. Auch die Digital Outsiders werten ihre meist sehr selektive Nutzung als „Beteiligung". Diese Erkenntnis ist unabhängig davon, dass die milieuspezifische Auslegung des Begriffs ganz unterschiedlich ausfällt.

Spaltungsgefahr. Die „Internetfernen Verunsicherten" bleiben praktisch außen vor! Viele haben Mühe, die Vorteile einer Beteiligung im Internet zu erkennen. Dazu passt in der Logik diese Begründung: „Man sagt doch, ich bin Online-Nutzer und nicht Online-Beteiligter."

Hier droht eine neue Qualität der digitalen Spaltung, ein „Participation Divide". Auf der einen Seite finden wir dann jene Nutzer, die von den Vorteilen einer Beteiligung im Internet profitieren. Jene, die Kontakte knüpfen, ihre Interessen vertreten, etwas dazulernen, Geld verdienen oder mit den Möglichkeiten des Internets einfach nur Spaß haben wollen.

Auf der anderen Seite stehen alle, die den Zugang nicht finden, die das Internet selten und – falls doch einmal – mit großen Vorbehalten nutzen. Eine aktive Beteiligung im Internet findet bei ihnen kaum statt.

Dabei kann aktives Engagement nicht nur für jeden einzelnen Nutzer persönliche Vorteile bieten. Aus individuell gesammelten Pluspunkten erwachsen weitere Chancen für die Gemeinschaft. Denn durch Beteiligung entsteht Sozialkapital – eine Substanz von immenser Wichtigkeit für jede Gesellschaft. Schon das Gefühl der Gemeinsamkeit kann als ein Vorteil der Beteiligung im Internet betrachtet werden.

Reiseportal. Ist Stöbern nach Urlaub schon Beteiligung?

Folgestudie. Es zeigt sich einmal mehr, wie wichtig Information und Aufklärung sind. Neben sachlicher Überforderung spielt außerdem oft fehlendes Vertrauen und Unsicherheit eine Rolle. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sind gefragt, Hürden für eine aktive Beteiligung im Internet zu senken. Und schon jeder einzelne Nutzer kann durch sein Verhalten zum guten Umgang miteinander beitragen.

Die Arbeiten am Gesamtprojekt „Beteiligung im Internet" sind mit der jetzt vorgestellten zweiten Studie nicht abgeschlossen. 2016 wird sich als dritter Teil eine repräsentative Untersuchung zu den Fragenkomplexen anschließen. ⊡

DOWNLOAD DER STUDIE
divsi.de/publikationen/studien

Meike Otternberg
ist Projektleiterin bei DIVSI, verantwortet diverse Studienprojekte des Instituts.

Fotos: Anbieter-Websites, DIVSI, venimo – Shutterstock

Aktuelle Bücher

Smart Data

Datenstrategien, die Kunden wirklich wollen und Unternehmen wirklich nützen

Björn Bloching, Lars Luck, Thomas Ramge

Wie nutzen Unternehmen Daten wirklich effizient, ohne sich selbst technisch, personell und finanziell zu überfordern? Smart Data steht dabei für eine sich schrittweise vortastende Vorgehensweise. Der gesunde Menschenverstand ist dabei ein ebenso wichtiger Rohstoff wie die Daten selbst. Ziel ist es, in allen Anwendungsfeldern die Kunden besser zu verstehen, um sie zu binden, sowie damit ihren Kundenwert langfristig zu erhöhen. Dieses Buch zeigt mit vielen praktischen Anwendungsfällen, wie das geht.

Redline Verlag, ISBN 978-3-86881-583-2; 24,99 €

Digitalisierung industrieller Arbeit

Die Vision „Industrie 4.0" und ihre sozialen Herausforderungen

Hartmut Hirsch-Kreinsen (Hg.)

Experten aus den Sozial- und den Ingenieurwissenschaften schätzen mögliche Konsequenzen von Industrie 4.0 für Industriearbeit ein. Sie fragen nach Anwendungsfeldern und Einsatzbereichen digitaler Technologien sowie nach den Alternativen der Arbeitsgestaltung.

Edition Sigma, ISBN 978-3-8487-2225-9; 19,90 €

Sicher surfen im Web

Zeigen Sie potenziellen Betrügern, wer auf Ihrem Rechner das Sagen hat

Andreas Hein

Sicherheit beim Surfen stellt sich nicht von allein ein. Sie müssen selbst aktiv werden, Dieses Buch ist Ihr Schild gegen Botnetze und Zombie-Rechner, gegen Betrügereien beim Online-Banking, gegen Identitätsdiebstahl oder gegen unerwünschte Überwachung.

Franzis-Verlag, ISBN 978-3-645-60397-3; 16,95 €

Selbstbestimmung oder Fremdbestimmung?

Soziales Leben im Internet

Ulrike Ackermann (Hg.)

Werden wir zusehends fremdbestimmter, oder eröffnet uns das Internet neue Möglichkeiten einer „digitalen Selbstbestimmung"? Die Beiträge loten Chancen für Freiheit und Selbstbestimmung aus, zeigen aber auch Risiken auf.

Humanities Online, ISBN 978-3-941743-55-7; 19,80 €

Digitale Öffentlichkeit(en)

Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld, Thomas Knieper (Hg.)

Kommunikation über mobile Geräte überholt den stationären Online-Zugang. Das Social Web scheint ubiquitär, Crossmedialität nicht mehr aufzuhalten. Das Buch dokumentiert Beiträge, die bei der 59. Jahrestagung 2014 an der Uni Passau vorgestellt wurden.

UVK Verlagsges., ISBN 978-3-86764-560-7; 34,00 €

DIVSI Veröffentlichungen

Studien

Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet, 2012
Meinungsführer-Studie: Wer gestaltet das Internet?, 2012
Entscheider-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet, 2013
Freiheit versus Regulierung im Internet, 2013
U25-Studie – Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt, 2014
DIVSI Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet, 2014
Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex? – Verantwortung, Plattformen und soziale Normen im Internet, 2014
DIVSI Studie – Wissenswertes über den Umgang mit Smartphones, 2014
DIVSI Studie – Daten: Ware und Währung, 2014
U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt, 2015
DIVSI Studie – Beteiligung im Internet: Wer beteiligt sich wie?, 2015

Reden

Roman Herzog: Internet und Menschenwürde, 2013
Olaf Scholz: Braucht das Internet Vertrauen?, 2013

Diskussionsbeiträge

Dominic Völz, Timm Christian Janda: Thesen zur Netzpolitik – Ein Überblick, 2013
Christina Heckersbruch, Ayten Öksüz, Nicolai Walter, Jörg Becker, Guido Hertel: Vertrauen und Risiko in einer digitalen Welt, 2013
Göttrik Wewer: Digitale Agenda 2013 – 2017 – Netzpolitik im neuen Deutschen Bundestag, 2013
Miriam Meckel, Christian Fieseler, Jan Gerlach: Der Diskurs zur Netzneutralität, 2013
Timm Christian Janda, Dominic Völz: Netzpolitik in Deutschland – Wahlprogramme, Koalitionsvereinbarung, Regierungserklärung, 2014
Manuel Schubert: Vertrauensmessung in der digitalen Welt – Überblick und Aussicht, 2014
Max-Otto Baumann: Privatsphäre als neues digitales Menschenrecht?, 2015

DIVSI
Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet